

Fachhochschule Worms
Fachbereich Betriebswirtschaft VIII
Verkehrswesen / Touristik

WS 2004 / 05

Seminararbeit

Prof. Dr. Conrady

Seminar 1

Thema :

**Vertriebsunterstützungssysteme -
eine Projektstudie
in Zusammenarbeit mit dem DRV**

Benjamin Bader
Gewerbeschulstraße 39
67549 Worms

Matr.-Nr.: 658838

Melanie Stowasser
Stralenbergstraße 27
67549 Worms

Matr.-Nr.: 658567

Katharina Martin
Ostbahnstraße 43
76829 Landau

Matr.-Nr.: 658528

Patricia Teunissen
Georg-Büchner-Straße 13
68519 Viernheim

Matr.-Nr.: 658558

7. Semester, Datum der Abgabe : 02.11.2004

Ehrenwörtliche Erklärung

"Wir erklären hiermit an Eides statt, dass

1. wir die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt haben,
2. die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken als solche kenntlich gemacht sind,
3. dieses Exemplar mit der beurteilten Arbeit übereinstimmt und
4. diese Arbeit bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht wurde."

Worms den 02.11.2004

Benjamin Bader

Katharina Martin

Melanie Stowasser

Patricia Teunissen

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Darstellungsverzeichnis.....	IX
1 Einleitung	1
2 Darstellung von Aufgaben und Verkaufsprozess in Reisebüros	4
2.1 Verkauf und Verkaufsformen	4
2.2 Reisebüros als Vermittler touristischer Leistungen	7
2.3 Aufgabenbereiche im Reisebüro	8
2.4 Der Verkaufsprozess im Reisebüro	9
2.4.1 Kontaktphase.....	9
2.4.2 Bedarfsermittlungsphase	10
2.4.3 Angebotsphase.....	11
2.4.4 Abschlussphase	11
2.4.5 Nachkaufphase.....	12
3 IT-Lösungen für Reisebüroaufgabenbereiche und deren Einsatz im Verkaufsprozess.....	13
3.1 Computerreservierungssysteme	13
3.1.1 Entstehung von Computerreservierungssystemen	14
3.1.2 Leistungsspektrum.....	17
3.1.3 Gängige CRS im Überblick.....	20
3.1.2.1 Amadeus	20
3.1.2.2 MySabre+merlin.....	22
3.1.2.3 Galileo International	23
3.1.2.4 Worldspan.....	25
3.1.2.5 Weitere Computerreservierungssysteme.....	27

3.2 Mid- und Back-Office-Systeme (mit Fallbeispiel)	29
3.2.1 Komplettlösung MySabre+merlin	31
3.2.2 travel-BA.sys - RBS	33
3.2.3 Travel Agency Technologies & Services – IBIZA	34
3.3 Vertriebsunterstützungssysteme	36
3.3.1 Eingliederung und Entwicklung von Vertriebsunterstützungssystemen in EDV- Komplettlösungen für Reisebüros	37
3.3.2 Aktueller Entwicklungsstand	39
3.3.3 Systemtypen im Überblick, Exkurs: Verkaufsunterstützende Software im Nur-Flug-Bereich	42
3.3.4 Bessere Beratungsleistung durch „Content“	45
3.3.5 Vorteile von Vertriebsunterstützungssystemen	49
4 Marktüberblick Vertriebsunterstützungssysteme	50
4.1 TravelTainment AG – BistroPortal	53
4.2 Amadeus Germany GmbH – Destino	75
4.3 travel-IT GmbH – LMplus	93
4.4 MySabre+merlin - merlin Shop	107
4.5 Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH- TOURmanager	126
4.6 Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH - TravelFoxy Online	139
5 Vertriebsunterstützungssysteme im Vergleich	150
5.1 Erfassung von Systemeigenschaften, Funktionen und Eingabemöglichkeiten	150
5.2 Durchführung eines Usability Tests	152
5.3 Befragung der Expedienten	157
5.4 Erfassung und Gegenüberstellung der anfallenden Kosten für die Systemnutzung	161

6 Auswertungen und Ergebnisse der Projektstudie.....	165
6.1 Ergebnisse Systemeigenschaften, Funktionen und Eingabemöglichkeiten	166
6.2 Ergebnisse des Usability Tests	175
6.3 Ergebnisse der Expedienten-Befragung	179
6.4 Ergebnisse der Kostenbetrachtung	196
6.5 Gesamtauswertung / Scoring	201
7 Schlussbetrachtung	209
Anhangsverzeichnis	211
Literatur- und Quellenverzeichnis	242

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

ADB	Angebotsdatenbank
AG	Aktiengesellschaft
ANA	All Nippon Airways
Atlanta, GA	Atlanta, Georgia
BA	Buchungsanfrage
BEAC	British European Airways Corporation
BOAC	British Overseas Airways Corporation
BSAA	British South American Airways
CD-ROM	Compact Disc - Read Only Memory
CRM	Customer Relationship Management
CRS	Computerreservierungssystem
CWT	Carlson Wagonlit Travel
DB	Deutsche Bahn
dcs	Dillon Communication System
DRV	Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband
E-Commerce	Electronic-Commerce
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
E-Guide	Electronic-Guide
E-Learning	Electronic-Learning
E-Mail	Electronic-Mail
ERV	Europäische Reiseversicherung
FWV	Fremdenverkehrswirtschaft
GDS	Globales Distributionssystem

GIATA	Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung interaktiver Tourismusanwendungen
GIATA-ID	GIATA-Identification
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GMC	GETS Marketing Company
HC	HolidayCheck
HGB	Handelsgesetzbuch
html	hyper text markup language
IBE	Internet Booking Engine
IBIZA	Integrierte Buchhaltung, Informationen, Zentrale Auswertungen
IBM	International Business Machines
IFF	Institut für Freizeitanalyse
IRIS	Internationales Reservierungs- und Informationssystem
ISDN	Integrated Services Digital Networks
ISO	International Organisation for Standardisation
ISP	Internet Service Provider
IT	Informations-Technologie
ITB	Internationale Tourismusbörse
KG	Kapitalgesellschaft
KLM	Koninklijke Luchtvaart Maatschappij N. V.
LCC	Lufthansa City Center
LTU	Lufttransport-Unternehmen
Mio.	Million
Mrd.	Milliarde
MS	Microsoft

PDF	Portable Document Format
PKW	Personenkraftwagen
PLZ	Postleitzahl
PNR	Passenger Name Record
QTA	Quality Travel Alliance
RBS	Reisebürodatenbanksystem
Rewe	Revisionsverband der Westkauf-Genossenschaften
RVA	Reiseveranstalter
Sabre	Semi-Automated Business Research Environment
SAP	Systeme, Anwendungen, Produkte
SARS	Severe Acute Respiratory Syndrome
SAS	Scandinavian Airlines System
SITA	Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques
SLR	Schauinsland Reisen
ta.ts	Travel Agency Technologies & Services
TAP	Transportes Aereos Portugueses
TBM	Traffics Buchungsmaske
TIP	Touristik-Informationen-Programme
TLT	TUI Leisure Travel
TOMA	Tour-Operator-Maske
TUI	Touristik Union International
TWA	Trans World Airline
US	United States
USA	United States of America

DARSTELLUNGSVERZEICHNIS

		Seite
Darst. 1	Aufgabenbereiche im Reisebüro	8
Darst. 2	Verkaufsprozessphasen	9
Darst. 3	CRS-Aufbau	14
Darst. 4	Amadeus - Flugreservierung	19
Darst. 5	Aufgaben im Front-Office am Beispiel einer Pauschalreise	37
Darst. 6	Angebotsdatenbank	39
Darst. 7	GIATA-Express Suche	47
Darst. 8	Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen - Marktanteile absolut, Oktober 2004	50
Darst. 9	Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen - Marktanteile prozentual Oktober 2004	51
Darst. 10	Reisevermittlungsstellen in Deutschland 2003	52
Darst. 11	BistroPortal Arbeitoberfläche	55
Darst. 12a	BistroPortal „Weitere Attribute“ – Hotelattribute	57
Darst. 12b	BistroPortal “Weitere Attribute” - Wellness-Attribute	57
Darst. 13	BistroPortal Buchungsanfrage eines Angebotes	59
Darst. 14	BistroPortal Menüpunkt „Infos und mehr“	60

Darst. 15	BistroPortal Hotelsuche	60
Darst. 16	BistroPortal Wellness-ABC	61
Darst. 17	BistroPortal Abflughafeninfos	62
Darst. 18	BistroPortal Reisezielinfos	63
Darst. 19	BistroPortal Hotelkatalogbeschreibung	64
Darst. 20	BistroPortal Zimmertypen	66
Darst. 21	BistroPortal Eventkalender	67
Darst. 22	BistroPortal Interaktives Kartenmaterial	68
Darst. 23	BistroPortal Ergebnisliste der Angebote - Informationsfenster	69
Darst. 24	BistroPortal Ergebnisliste der Angebote – Detailinfos	70
Darst. 25	BistroPortal Übersicht Menü „Angebote versenden“	70
Darst. 26	BistroPortal E-Mail-Formular	71
Darst. 27	BistroPortal Vertriebssteuerungstool	72
Darst. 28	Übermittlung Kurzfristdaten der Reiseveranstalter an Amadeus	76
Darst. 29	Amadeus Destino, Reiter: Überblick	77
Darst. 30	Amadeus Destino, Reiter: Reisegruppe	79
Darst. 31	Amadeus Destino, Reiter: Hinflug	80

Darst. 32	Amadeus Destino, Reiter: Zielgebiet	82
Darst. 33	Amadeus Destino, Reiter: Hotel	83
Darst. 34	Amadeus Destino, Reiter: Zimmer	85
Darst. 35	Amadeus Destino, Reiter: Rückflug	86
Darst. 36	Amadeus Destino, Einfache Suche	87
Darst. 37	Amadeus Destino, Reiter: Angebote	89
Darst. 38	Amadeus Destino, Reiter: Angebote - Details	91
Darst. 39	Amadeus Destino, Reiter: Angebote - Infos GIATA	92
Darst. 40	LMplus Technik	94
Darst. 41	LMplus Buttonleiste	95
Darst. 42	LMplus Set-up	97
Darst. 43	LMplus IFF Bistro-Hoteldetails	100
Darst. 44	LMplus Mietwagen	101
Darst. 45	LMplus Eingabemaske	102
Darst. 46	LMplus Mietwagen mit Versicherungsangebot der Europäischen Reiseversicherung	105
Darst. 47	LMplus ERV-Versicherungsmodul	105
Darst. 48	MySabre+merlin - merlin Shop	108
Darst. 49	merlin Shop Kurzfrist-Pauschal – „Senden“	109

Darst. 50	merlin Shop Kurzfrist-Pauschal - zusätzliche Funktionen	111
Darst. 51	merlin Shop Zusatzinformationen zur Verfügbarkeit	111
Darst. 52	merlin Shop merlinmehrblick	112
Darst. 53	merlin Shop Kurzfrist-Pauschal - Überblick	114
Darst. 54	merlin Shop Kurzfrist-Charter - veranstalterübergreifende Darstellung	116
Darst. 55	merlin Shop Kurzfrist-Hotel - veranstalterübergreifende Darstellung	117
Darst. 56	merlin Shop Pauschal – Eingabebereich „Weitere Merkmale“	118
Darst. 57	merlin Shop Pauschal - Angebotsdarstellung	119
Darst. 58	merlin Shop Pauschal – „Unterbringung/ Verpflegung anzeigen“	120
Darst. 59	merlin Shop Pauschal - Preisvergleich	121
Darst. 60	merlin Shop Charter - Preisvergleich	122
Darst. 61	merlin Shop Mietwagen - Angebote	123
Darst. 62	merlin Shop - Verkaufssteuerung	124
Darst. 63	TOURmanager Eingabebereich	127
Darst. 64	TOURmanager Kundenwunscheingabe (König Kunde)	129

Darst. 65	TOURmanager Eingabemaske (Katalogreisen)	129
Darst. 66	TOURmanager Hotel Details	131
Darst. 67	TOURmanager GIATA-Hotelinformationen	132
Darst. 68	TOURmanager Katalog-Info	133
Darst. 69	TOURmanager Musterbuchung	133
Darst. 70	SPÄTBUCHERmanager Eingabebereich (Last-Minute-Reisen)	135
Darst. 71	BAUSTEINmanager (Nur Hotel) Eingabebereich	135
Darst. 72	CRUISEmanager (Kreuzfahrten) Eingabebereich	136
Darst. 73	TOURmanager - Verkaufssteuerungs-Tool	137
Darst. 74	TravelFoxx Online Eingabemaske	140
Darst. 75	TravelFoxx Online Bereich 1, Eingabebereich	141
Darst. 76	TravelFoxx Online mit HolidayCeck-Informationen	143
Darst. 77	TravelFoxx Online Eingabemaske Angebotsdarstellung nach Zielgebietsselektion	144
Darst. 78	TravelFoxx Online Eingabemaske nach einer Vakanzabfrage	146
Darst. 79	Traffics Buchungsmaske (TBM)	147
Darst. 80	TravelFoxx Online E-Mail-Angebot	148
Darst. 81	Grunddaten und Reisevorstellungen	155

Darst. 82	Beobachtungsbogen	156
Darst. 83	Expedienten-Fragebogen	158
Darst. 84	Anteile der Kostenarten an den Gesamtkosten zum Status 2001	161
Darst. 85	Kosten-Fragebogen	162
Darst. 86	Software-Preisgestaltungsmöglichkeiten	164
Darst. 87	Scoring-Modell	165
Darst. 88	Kriterienkatalog	167-174
Darst. 89	Bewertung der Usability	178
Darst. 90	Ergebnisse der Befragungen	180-188
Darst. 91	Ergebnisse offene Fragen	190-195
Darst. 92	Kostenüberblick Vertriebsunterstützungssysteme	198
Darst. 93	Kostenvergleich der Vertriebsunterstützungssysteme	199
Darst. 94	Ergebnisse Scoring	203

1 EINLEITUNG

Seit dem Jahre 1994 ist in der Tourismusindustrie ein Wandel zu verzeichnen, welcher laut Bundesverband Mittelständischer Reiseunternehmen (asr), ursprünglich durch die so genannte „Last-Minute-Welle“ ausgelöst wurde. Die Überkapazitäten der Reiseveranstalter wurden durch Kurzfristangebote oder ähnliche Sonderangebote schlichtweg „verschербelt“, wobei sich die Kunden an die niedrigen Preise gewöhnten. Der Beratungsaufwand im Reisebüro blieb bei sinkenden Umsätzen gleich. Das Ergebnis sind niedrigere Nettorenditen,¹ wobei der hohe Beratungsaufwand in erster Linie auf das vielfältige und wenig transparente Angebot einer Vielzahl von Reiseveranstaltern zurückzuführen ist.

Die Situation der stationären Reisemittler ist inzwischen zu einem Diskussionspunkt geworden, welcher aus der Fachpresse nur noch schwer wegzudenken ist. Kaum hat sich die Branche von den Anschläge des 11. September, dem Irak Krieg und SARS einigermaßen erholt, werden die Reisebüros durch den Wegfall der Provisionen von Lufthansa und anderen Airlines sowie weiteren Provisionskürzungen der Bahn, erneut in Mitleidenschaft gezogen, wodurch die Existenz von vielen Agenturen in Frage gestellt wird. Die seit einigen Jahren schwache Konjunktur in Deutschland und eine allgemein unsichere, weltpolitische Lage kommen erschwerend hinzu.

Ein weiterer Brennpunkt ist die Verlagerung des Buchungsverhaltens der Reisenden, welches durch das Aufkommen der großen Internet-Buchungsportale, wie beispielsweise Expedia, Opodo oder LastMinute.com, in den letzten Jahren, zu einem Rückgang der stationären Buchungen beigetragen hat. Dabei sind auch die Websites der Leistungsträger einzubeziehen, die letztendlich auf einen stärkeren direkten und damit kostengünstigeren Vertrieb abzielen.

Der E-Commerce verzeichnet in der Reisebranche massive Zuwächse. So wurden im vergangenen Jahr in Deutschland über das Internet touristische Produkte im Wert von 4,9 Milliarden Euro vertrieben. Dies entspricht einem Zuwachs von 65% gegenüber dem Jahr 2002. Bis zum Jahr 2005 wird ein Umsatzanstieg auf fast acht Milliarden Euro erwartet. Hinweise dafür sind in einer steigenden „Look-to-Book-Rate“ zu erkennen. Der Großteil der Online-

¹ Vgl. Steinberg, 1997, S. 88.

Umsätze der Touristik entfällt dabei (bedingt durch die Low Cost Carrier) nach wie vor auf die Transportbranche, während der Anteil des Online-Veranstalterumsatzes verhältnismäßig gering ist. Aber auch in diesem Bereich wird ein Anziehen der online getätigten Buchungen erwartet.²

Durch diese Aspekte haben sich die Anforderungen an die Leistungen der Reisebüros deutlich erhöht. So sind die meisten Kunden bereits vor dem eigentlichen Beratungsgespräch bestens durch das Medium Internet informiert. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist es erforderlich, dass die Reisemittler dem Kunden einen Mehrwert durch entsprechende Beratungs- und Servicequalität bieten. Dabei müssen die Prozesskosten im Hinblick auf die schrumpfenden Provisionsleistungen der Leistungsträger so gering wie möglich gehalten werden.

Diese Anforderungen haben zu einer Reihe von Weiterentwicklungen im Bereich der Softwarelösungen für Reisebüros geführt, welche Gegenstand der vorliegenden Projektarbeit bilden.

Nachdem im folgenden Kapitel zunächst die Aufgabenbereiche im Reisebüro sowie der Verkaufsprozess von touristischen Leistungen zu Grunde gelegt werden, findet der Leser im dritten Kapitel einen Überblick über die aktuellen Softwarelösungen für diese Bereiche. Dabei wird kurz auf die Entstehung und den Aufbau von Computerreservierungssystemen (nachfolgend CRS) eingegangen. Es folgt ein Überblick über die in Deutschland am häufigsten vertretenen CRS-Betreiber mit ihren derzeitigen Produkten. Ergänzend beschäftigt sich der dritte Teil mit Lösungen für das Mid-und Back-Office von Reisebüros und ihrer Wichtigkeit im Hinblick auf Marketing und Customer Relationship Management. Hierbei wird ein Fallbeispiel herangezogen.

Ein weiterer wesentlicher Abschnitt in diesem Kapitel beschäftigt sich mit den so genannten Vertriebsunterstützungssystemen. Diese Systeme haben, vor allem für den Pauschalreisebereich, im Hinblick auf die oben beschriebenen geänderten Beratungsanforderungen in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen. In Kapitel vier werden daraufhin die derzeit am Markt vertretenen IT-

² Vgl. Ulysses Web-Tourismus, 2004, S. 30.

Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen mit ihren Produkten vorgestellt und ein Überblick über die derzeitige Marktaufteilung gegeben.

Das Ziel dieser Projektstudie ist ein Vergleich dieser Systeme bezüglich ihrer Eignung für den Einsatz im Reisebüro. Dafür wurden insgesamt 66 Expedienten zu den Systemen befragt und ihre Anwendbarkeit mit Hilfe eines Usability Tests dokumentiert. Zusätzlich wurden die Systeme eingehend von dem Projektteam auf ihre Funktionalitäten und deren Zweckmäßigkeit überprüft.

Die grundsätzliche Vorgehensweise in Bezug auf die Bewertung findet der Leser in Kapitel fünf, während im sechsten Teil auf die Ergebnisse eingegangen wird. Der siebte und letzte Teil stellt schließlich eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse dar.

2 DARSTELLUNG VON AUFGABEN UND VERKAUFSPROZESS IN REISEBÜROS

Reisebüros gelten, vor allem im Bereich der Pauschalreisen, weiterhin als wichtige Vertriebspartner der Leistungsträger. Dieses Kapitel beschäftigt sich zunächst grundlegend mit dem Verkauf im Allgemeinen. Dabei wird berücksichtigt, welche der existierenden Verkaufsformen im Reisebüro zur Anwendung kommen. Fortführend beschäftigt sich dieser Teil mit der Funktion von Reisebüros und der Darstellung der Reisebüroaufgabenbereiche. Abschließend erhält der Leser einen Überblick über den Verkaufsprozess, wie er beispielsweise beim Verkauf einer Pauschalreise stattfindet.

2.1 Verkauf und Verkaufsformen

Der Verkauf wird im Rahmen des Marketings der Vertriebspolitik zugeordnet. Im Marketing-Mix vieler Unternehmen nimmt er eine zentrale Stellung ein³ und wird demzufolge auch als „Speerspitze des Marketing“ bezeichnet.⁴

Man unterscheidet folgende Verkaufsformen:

- Persönlicher Verkauf
- Semipersönlicher Verkauf
- Unpersönlicher Verkauf⁵

Diese unterscheiden sich im Wesentlichen dadurch, ob der Verkaufsprozess direkt oder über ein zwischengeschaltetes Medium erfolgt. Der persönliche Verkauf ist folglich dadurch gekennzeichnet, dass ein direkter Kontakt zwischen Verkäufer und Käufer besteht, indem sich beide am Verkaufsort persönlich gegenüber stehen (z.B. beim Außendienstverkauf und beim stationären

³ Vgl. Meffert, 2000, S. 886.

⁴ Vgl. Witt, 1996, S. 1.

⁵ Vgl. Meffert, 2000, S. 887-889.

Verkauf). Als semipersönlichen Verkauf bezeichnet man dagegen Verkaufsprozesse, bei denen das persönliche Gegenübertreten von Verkäufer und Käufer entfällt, ein persönliches Gespräch aber trotzdem stattfindet, so z.B. beim Telefonverkauf. Als unpersönliche Verkäufe werden Verkaufsprozesse bezeichnet, bei denen der Verkauf ausschließlich mittels eines Mediums (z.B. beim Fahrscheinverkauf der deutschen Bahn mittels Fahrscheinautomat) und somit nicht im persönlichem Gespräch stattfindet.⁶

Hinsichtlich der Bedeutung für die Vertriebspolitik wird dem persönlichen Verkauf die größte Bedeutung zugemessen.⁷

Bezug nehmend auf den Verkauf von Reisen über Reisebüros ist dieser, gemäß den obigen Ausführungen, als stationärer Verkauf dem persönlichen Verkauf zuzuordnen.

Nach Weis sind die Vorteile des persönlichen Verkaufs neben der persönlichen, wechselseitigen Kommunikation, vor allem in der Konzentration des Verkäufers auf den Käufer und dessen Probleme zu sehen. Entscheidungsprozesse des Käufers können durch den Verkäufer aktiv beeinflusst werden.⁸

Die Nachteile des persönlichen Verkaufs liegen, verglichen mit den anderen Verkaufsformen, vor allem in den höheren Kosten. Diese werden in erster Linie durch den höheren Personaleinsatz bzw. durch den Aufbau und Unterhalt von z.B. einem Händlernetz verursacht. Des Weiteren hängt der Erfolg des Verkaufsprozesses maßgeblich von der Person des Verkäufers und seinen Fähigkeiten ab. Je besser dieser kommunizieren und überzeugen kann, desto eher kommt das Verkaufsgespräch zu einem positiven Abschluss.⁹

Die Bedeutung des persönlichen Verkaufs ist nach Weis mit dem abzusetzenden Produkt bzw. der abzusetzenden Leistung verknüpft.

⁶ Vgl. Meffert, 2000, S. 887-889.

⁷ Vgl. Homburg / Krohmer, 2003, S. 735.

⁸ Vgl. Weis, 2000, S. 16-17.

⁹ Vgl. Weis, 2000, S. 16-17.

Demnach nimmt die Bedeutung des persönlichen Verkaufs zu

- je komplexer
- je erklärungsbedürftiger
- je hochpreisiger
- je unbekannter und neuartiger

das jeweilige Produkt oder die Leistung ist.¹⁰

Im Falle des Verkaufs von Dienstleistungen, wie z.B. von Pauschalreisen, sind außerdem einige Gegebenheiten zu beachten, die dem persönlichen Verkauf hierbei eine besondere Bedeutung zukommen lassen:

Da Dienstleistungen immaterielle Güter sind, fehlt ihnen die sinnliche Wahrnehmbarkeit, was dazu führt, dass der Nutzen des abzusetzenden Produktes durch den Käufer nur schwer eingeschätzt werden kann. Außerdem ergeben sich für ihn Schwierigkeiten beim Vergleich von Produkten unterschiedlicher Anbieter.¹¹ Durch ein subjektiv höheres Kaufrisiko und die fehlende Möglichkeit der Demonstration der Produkte, erhält die qualitativ gute Beratung und Überzeugungskraft des Verkäufers im persönlichen Verkauf von Dienstleistungen eine große Bedeutung.¹²

¹⁰ Vgl. Weis, 2000, S. 22-24.

¹¹ Vgl. Maleri, 1997, S. 115-117.

¹² Vgl. Weis, 2000, S. 38-39.

2.2 Reisebüros als Vermittler touristischer Leistungen

Reisebüros fallen unter den Begriff der Reisemittler. Dies sind selbständige Handelsvertreter im Tourismus, die für Anbieter touristischer Leistungen (Pauschalreiseveranstalter, Verkehrsunternehmen, Hotels) den Verkauf und die Buchung der jeweiligen Produkte übernehmen.¹³

„Handelsvertreter ist, wer als selbständiger Gewerbetreibender ständig damit betraut ist, für einen anderen Unternehmer (Unternehmer) Geschäfte zu vermitteln oder in dessen Namen abzuschließen.“¹⁴

Dabei unterliegt der Reisemittler der so genannten Hinweis- und Aufklärungspflicht gegenüber dem Kunden. Hierunter fällt zum einen die Pflicht, über Gefahren wie Unruhen, Kriege, Epidemien oder außergewöhnliche Überfallgefahren zu informieren sowie die Aufklärungspflicht zu Ein- und Durchreisebestimmungen, sofern der Kunde in ein Land reist, für welches Visumpflicht besteht. Der Hinweis auf die Notwendigkeit einer Reiserücktrittskostenversicherung fällt ebenfalls unter die Pflichten des Reisemittlers.¹⁵

Für seine Vermittlertätigkeit erhält der Handelsvertreter vom Unternehmen eine Vergütung in Form einer Provision.¹⁶

Für die Produzenten von touristischen Leistungen stellen Reisebüros einen Weg zur Distribution ihrer Produkte dar. Sie erfüllen neben der Beratung und dem Verkauf, der Buchungs- und Zahlungsabwicklung zusätzlich die Funktion des Repräsentanten und Imageträgers für den Produzenten; sie vertreten diesen gegenüber dem Kunden. Des Weiteren stellen sie eine Informationsquelle für den Leistungsanbieter dar, da sie im direkten Kundenkontakt wichtige Daten der Kunden erfahren, die im Zuge der Marktforschung genutzt werden können.¹⁷

¹³ Schroeder, 1998, S. 273.

¹⁴ § 84 Abs.1 Satz 1 HGB.

¹⁵ Vgl. § 577-577e Reisevermittlungsrecht.

¹⁶ Vgl. § 86b-87c HGB.

¹⁷ Vgl. Freyer, 2001, S. 500-502.

2.3 Aufgabenbereiche im Reisebüro

Die Aufgabenbereiche von Reisebüros lassen sich folgendermaßen einteilen:

Darstellung 1: Aufgabenbereiche im Reisebüro

Front-Office	Mid-Office	Back-Office
- Informationsweitergabe - Beratung - Vermittlung	- Marketing - Verkaufssteuerung - Optimierung	- Finanzbuchhaltung - Controlling - Abrechnung mit Leistungsträgern

Quelle: In Anlehnung an Schulz, 1999, S. 141.

Nach Schulz gehören zum Front-Office-Bereich alle Leistungen, die ein Reisebüro im direkten Kontakt mit dem Kunden erbringt. Neben der Informationsweitergabe (hierzu zählen z.B. Auskünfte über Verbindungen, Vakanzen und Preise sowie über das Angebot von Reiseveranstaltern und Leistungsträgern, Ein- und Ausreisebestimmungen, Länderinformationen usw.), betrifft dies vor allem die Beratung, die umso wichtiger wird, je komplexer die Reise ist. Eine weitere Leistung, die im Front-Office erbracht wird, ist schließlich die Vermittlung, welche in erster Linie die Buchung sowie das Ausstellen von Reisedokumenten, die Zahlungsabwicklung und den Verkauf von Zusatzleistungen (z.B. Versicherungen) umfasst.¹⁸

Heller bezeichnet die Leistungen im Front-Office-Bereich auch als kundenbezogene Geschäftsprozesse, d.h. alle Tätigkeiten, die unmittelbar für den Kunden erbracht werden. Die kundenbezogenen Prozesse unterscheiden sich von den internen reisebürobezogenen Geschäftsprozessen. Diese umfassen alle Tätigkeiten (z.B. Personaleinsatzplanung, Finanzbuchhaltung, Kundendatenverwaltung und Marketing), die notwendig sind, um den Betrieb des Reisebüros als

¹⁸ Vgl. Schulz, 1999, S. 141-142.

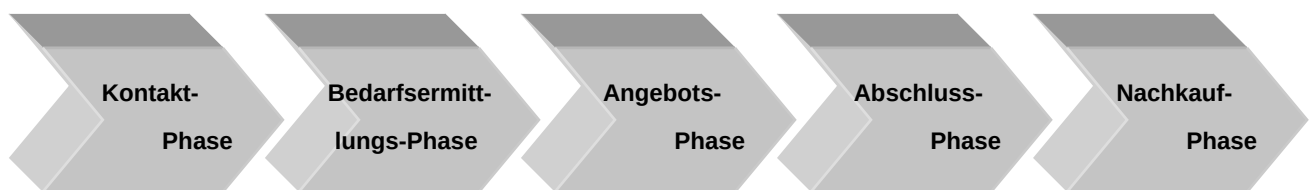
Ganzes zu gewährleisten. Sie sind somit Voraussetzung dafür, dass die kundenbezogenen Geschäftsprozesse überhaupt stattfinden können.¹⁹

2.4 Der Verkaufsprozess im Reisebüro

Im Folgenden wird der eigentliche Verkaufsprozess am Beispiel einer Pauschalreise im Front-Office-Bereich eines Reisebüros phasenweise näher betrachtet.

Nach Heller besteht der klassische Dienstleistungs- bzw. Verkaufsprozess aus fünf Elementen²⁰:

Darstellung 2: Verkaufsprozessphasen



Quelle: Eigene Darstellung.

2.4.1 Kontaktphase

Zur Kontaktphase gehören zunächst die Begrüßung des Kunden und das Signalisieren von Beratungsbereitschaft durch Vorstellen des Expedienten, eventuell Überreichen einer Visitenkarte, Fragen nach dem Kundenwunsch und Anbieten eines Sitzplatzes.²¹

¹⁹ Vgl. Heller, 1999, S. 161.

²⁰ Vgl. Heller, 1999, S. 163-164.

²¹ Vgl. Heller, 1999, S. 164.

Der erste Eindruck, den der Kunde beim Betreten des Büros innerhalb weniger Sekunden erhält, ist ausschlaggebend für den Verlauf des folgenden Beratungsgesprächs, weshalb eine freundliche Atmosphäre und das Entgegenbringen von Aufmerksamkeit durch Blickkontakt, Körpersprache und möglichst direkter Ansprache wichtig sind.²²

2.4.2 Bedarfsermittlungsphase

Die richtige Bedarfsermittlung ist Grundlage für die Erstellung eines Angebots welches den tatsächlichen Kundenwünschen entspricht. Ein bedarfsgerechtes Angebot stellt die Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss des Verkaufsgesprächs dar. Ziel ist es demnach, sich zunächst ein umfassendes Bild von den Reisewünschen des Kunden und deren Wichtigkeit zu machen.²³

In der Bedarfsermittlungsphase erfasst der Expedient also die Rahmendaten (Reiseziel, Reisezeitraum, Reisedauer, Anzahl und Struktur der Reisenden) sowie die Kundenwünsche hinsichtlich Anreiseform, Unterkunftsart, Verpflegungsleistung usw. Außerdem sollten die wichtigsten Reisemotive erfragt werden: Will der Kunde z.B. in seinem Urlaub in erster Linie Sport treiben und unterhalten werden, oder interessiert er sich besonders für Kunst und Kultur und will Land und Leute kennen lernen.²⁴

Die richtige Fragetechnik (öffnende Fragen), der Einsatz eines Bedarfserfassungsbogens sowie aktives Zuhören unterstützen dabei die Bedarfsermittlung.²⁵

²² Vgl. Heller, 1999, S. 164.

²³ Vgl. Heller, 1999, S. 164-166.

²⁴ Vgl. Heller, 1999, S. 164-166.

²⁵ Vgl. Heller, 1999, S. 164-166.

2.4.3 Angebotsphase

Nach Heller stellt die Angebotsphase die eigentliche Aufgabenerfüllung im Beratungsgespräch dar.²⁶

Grundlage für das bedarfsgerechte Angebot sind die in der Bedarfsermittlung erfassten Daten. Bei der Präsentation des Angebotes sollte nach einer kurzen pauschalen Vorstellung zur Überprüfung ob das Angebot bei dem Kunden „ankommt“, schrittweise vorgegangen werden und die einzelnen Vorteile in der Reihenfolge der Kundenwünsche dargestellt werden. Wichtig ist eine vorherige Überprüfung der Verfügbarkeit des Produktes, um zu vermeiden, dass der Kunde bei weiteren Angeboten das Gefühl hat, die „zweite Wahl“ nehmen zu müssen, falls das ursprüngliche Angebot ausgebucht sein sollte.²⁷

2.4.4 Abschlussphase

Die Abschlussphase beinhaltet neben der Preisermittlung den eigentlichen Buchungsvorgang durch Eingabe der Kundendaten in das CRS (Computerreservierungssystem). Außerdem beinhaltet die Abschlussphase Hinweise des Expedienten zum weiteren reisetechischen Ablauf sowie zusätzliche Hinweise zum Zielgebiet. Der Expedient sollte in der Lage sein, auf Abschlusseinwände des Kunden gezielt zu reagieren und durch die Anwendung der richtigen Abschlusstechnik das Verkaufsgespräch zu einem positiven Abschluss zu bringen.²⁸

Auch das Kassieren einer Anzahlung (sofern Reisebüroinkasso vorliegt) und der Verkauf von Zusatzleistungen (z.B. einer Reiserücktrittsversicherung) fallen in diese Phase.

²⁶ Vgl. Heller, 1999, S. 166.

²⁷ Vgl. Heller, 1999, S. 166.

²⁸ Vgl. Heller, 1999, S. 168.

2.4.5 Nachkaufphase

Die Nachkaufphase (auch als „Follow-up“ bezeichnet) beinhaltet das Übersenden der Reiseunterlagen, für gewöhnlich mit einer kurzen Mitteilung bzw. Information des Expedienten und einem telefonischen Nacherkundigen, ob noch Fragen offen sind. Holt der Kunde die Reiseunterlagen im Reisebüro ab, werden diese ihm ausführlich erläutert und der noch zu zahlende Reisebetrag kassiert.²⁹

Ebenso sollte zur Nachkaufphase das Anrufen des Kunden oder Zusenden eines Fragebogens, nach der Rückkehr aus dem Urlaub, gehören. Neben der Funktion der Kundenbindung liefert dies dem Reisebüro wichtige Informationen über die tatsächliche Qualität der gebuchten Leistungsanbieter und unterstützt somit zukünftige Beratungsgespräche.³⁰

²⁹ Vgl. Heller, 1999, S. 168-169.

³⁰ Vgl. Heller, 1999, S. 168-169.

3 IT-LÖSUNGEN FÜR REISEBÜROAUFGABENBEREICHE UND DEREN EINSATZ IM VERKAUFSPROZESS

Das nachfolgende Kapitel gibt eine Übersicht über die derzeit vorhandenen IT-Lösungen für die in Kapitel zwei dargestellten Reisebüroaufgabenbereiche. Grundlegend hierfür sind eine Darstellung der Entwicklung von Computerreservierungssystemen sowie ein Überblick über die derzeit in Deutschland vertretenen Anbieter von CRS. Des Weiteren werden am Beispiel des CRS MySabre+merlin Lösungen für Mid- und Back-Office erläutert. Abschließend wird auf Vertriebsunterstützungssysteme eingegangen, wobei der aktuelle Entwicklungsstand und die sich aus der Nutzung ergebenden Vorteile aufgezeigt werden.

3.1 Computerreservierungssysteme

Während früher Printmedien zum Verkauf von Reisen zu den wichtigsten Informations- und Vertriebsmitteln zählten, wurden mit der Liberalisierung des Luftverkehrs vermehrt computergesteuerte Informations- und Reservierungssysteme eingesetzt.³¹

Unter einem Computer gestützten Reservierungssystem versteht man ein Computersystem, mit dem man unter anderem Angaben über Flugplan, Flugpreis sowie Sitzplatzverfügbarkeit erhält und gleichzeitig die Möglichkeit hat, Buchungen vorzunehmen oder Flugscheine zu erstellen. Mittlerweile bieten die globalen Computerreservierungssysteme auch weitere Leistungen wie das Buchen von Pauschalreisen, Mietwagen, Hotelzimmern, Schiffstickets usw. an. Diese Systeme werden im Allgemeinen als CRS (Computerreservierungssysteme) oder GDS (Globale Distributionssysteme) bezeichnet.³²

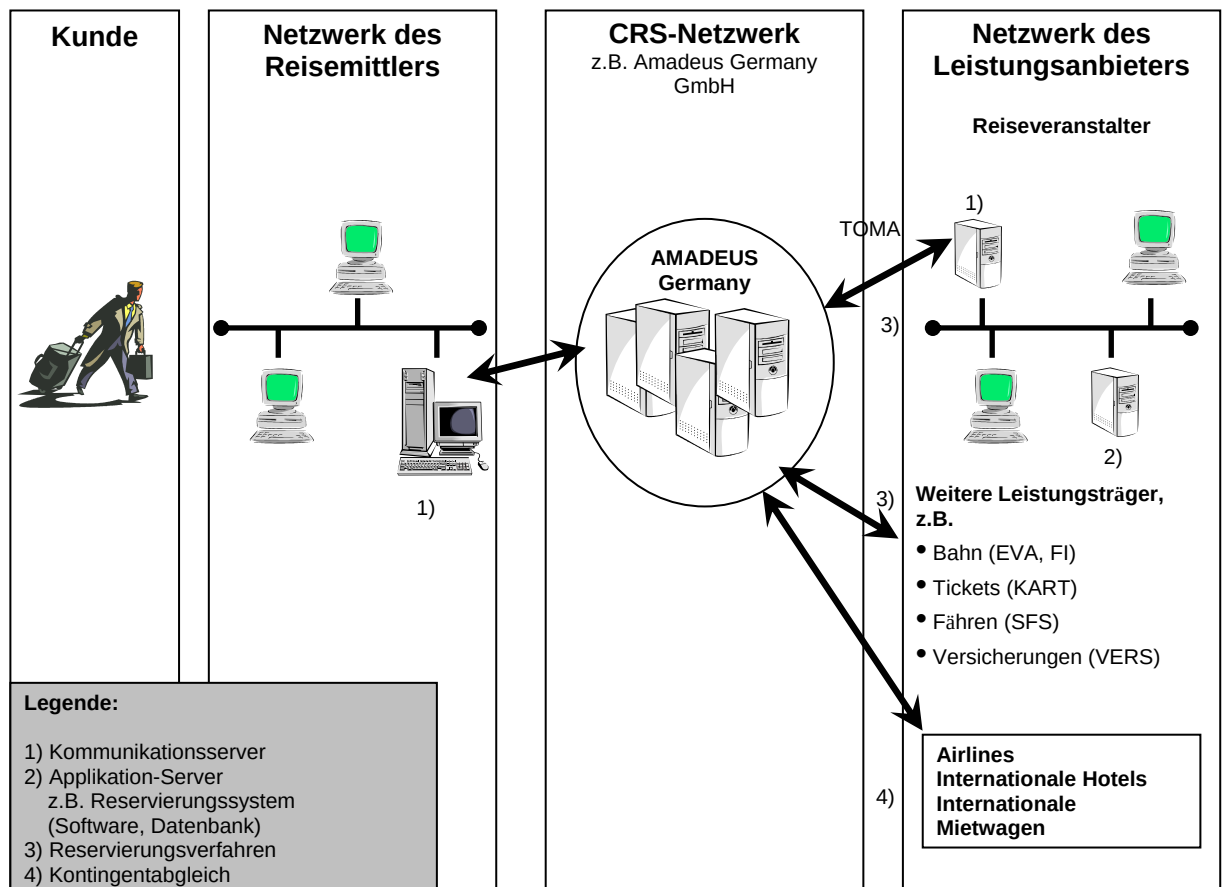
Für die CRS-Nutzung hat das Reisebüro eine Nutzungsgebühr zu entrichten. Diese lässt sich in der Regel durch, vom Verkaufsumsatz abhängige, Incentive-

³¹ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 3.

³² Vgl. Schroeder, 2002, S. 70-71.

Zahlungen der CRS-Anbieter und Incentive-Zahlungen der Reiseveranstalter reduzieren.³³

Darstellung 3: CRS-Aufbau



Quelle: Weithöner, 2004, o.S.

3.1.1 Entstehung von Computerreservierungssystemen

Zwischen 1920 und Ende 1950 waren Flug- und Tarifinformationen in einem mehrere hundertseitigen Katalog hinterlegt. Benötigte man den günstigsten Tarif einer Flugstrecke, musste dieser vom Agenten manuell unter jeder einzelnen Airline nachgeschlagen werden. Die Verfügbarkeit und Reservierung wurde dann telefonisch bei der jeweiligen Fluggesellschaft getätigt. Anschlie-

³³ Vgl. MySabre+merlin, 2004c, o.S.

ßend musste das Ticket vom Agenten handschriftlich ausgestellt werden. Bei Pauschalreisen sah es ähnlich aus. Um herauszufinden ob zum gewünschten Termin noch freie Plätze verfügbar waren, mussten telefonische oder schriftliche Anfragen bei den Unternehmen gemacht werden.³⁴

Die Idee ein CRS zu entwickeln entstand aus der Überlegung, Nachfrage und Angebot touristischer Dienstleistungen kostengünstig zusammenzubringen³⁵ und wurde vom damaligen Präsidenten von American Airlines und einem IBM-Verkaufsmanager an Bord eines Flugzeuges geboren. Ende der 50er bis Anfang der 60er Jahre wurde sie zusammen mit dem Unternehmen Sabre (Semi-Automated Business Research Environment) umgesetzt.³⁶

Die meisten internationalen CRS wurden von Fluggesellschaften gegründet, weshalb auch ihr Schwerpunkt in der Flugreservierung und den entsprechenden Zusatzleistungen wie Hotelunterkunft liegt.³⁷

Aufgrund fehlender Erfahrungen scheiterte die USA Anfang der 60er Jahre daran, ein einheitliches Reservierungssystem einzuführen. Daraufhin wurden die CRS von American Airlines und United Airlines weiterentwickelt und marktfähig gemacht und zwischen 1964 und 1976 installiert.³⁸

In den 70er Jahren wurden erstmals CRS-Terminals in amerikanischen Reisebüros installiert. Außerdem wurden die Funktionalitäten auf weitere touristische Leistungen wie z.B. Hotelbuchungen ausgeweitet. Damit wurden die Reservierungssysteme mehr zu Informations- und Vertriebssystemen.³⁹

Die größte Bedeutung erlangten die CRS in den USA durch die Liberalisierung des Luftverkehrs (Aufhebung der Kapazitätsregelung zum 01.01.1982 und Aufhebung der Tarifregelung zum 01.01.1983 in den USA; in Europa kam es zehn Jahre später zur Liberalisierung). Ab diesem Zeitpunkt veränderte sich die Anzahl der verschiedenen Flugtarife ständig (1983: 400.000 Tarife jährlich;

³⁴ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 7-8.

³⁵ Vgl. Münzer, 1998, S. 701.

³⁶ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 9.

³⁷ Vgl. Heller, 1996, S. 158.

³⁸ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 9-10.

³⁹ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 10.

1987 mehr als sieben Millionen Tarife jährlich) und konnte nur noch durch den Einsatz von Elektronik verwaltet werden.⁴⁰

Von 1985 bis 1992 wandten sich die amerikanischen CRS dem europäischen Markt zu. 1987/ 88 wurden die europäischen Systeme Amadeus und Galileo eingeführt. Um der drohenden Wettbewerbsgefahr aus den USA stand zu halten und Gewinne im eigenen Markt zu erzielen, wurden so genannte „National Marketing Companies“ bzw. „National Distribution Companies“ in jedem europäischen Land eingerichtet. Diese Gesellschaften vermarkten das CRS zielgruppengerecht auf die Bedürfnisse der beteiligten Länder.⁴¹

Ferner begannen in dieser Phase weltweite Systemverschmelzungen und Kooperationen zwecks Globalisierung und Verminderung der Investitionskosten und -risiken, die noch bis heute andauern.⁴²

Seit Mitte der 90er Jahre zählen die Online-Dienste zu den fortschrittlichsten Informations- und Kommunikationssystemen für Endkunden. Das führte dazu, dass immer mehr CRS direkte Vertriebskanäle zum Endverbraucher einrichteten. Solche „abgespeckten“ CRS-Versionen sind z.B. „Travelocity“ von Sabre, „Travelshopper“ von Worldspan oder „LeisureShopper“ von Galileo, die teilweise sogar regelrechte Online-Einkaufszentren rund um das Reisen anbieten.⁴³

Die Verbreitung von Online-Diensten birgt allerdings nicht nur Chancen (z.B. als weitere Einnahmequelle) für CRS-Anbieter, sondern auch Gefahren. Durch z.B. den Direktverkauf von Flugtickets über die eigenen Websites der Airlines gehen Einnahmen an den CRS-Betreibern vorbei.⁴⁴

⁴⁰ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 10-11.

⁴¹ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 11-12.

⁴² Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 13.

⁴³ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 14.

⁴⁴ Vgl. Jegminat, 2004a, S. 64.

3.1.2 Leistungsspektrum

Computerreservierungssysteme bündeln Informationen über Preise, Verfügbarkeiten und Buchungsmöglichkeiten nicht mehr nur noch von Flügen, sondern mittlerweile auch von Pauschalreisen, Hotels, Mietwagen, Ferienwohnungen, Eintrittskarten, Fährpässen, Kreuzfahrten, Bahnen und anderen Produkten.⁴⁵ Außer diesen Hauptfunktionen stellt das CRS auch Informationen über Wettervorhersagen, Visa-, Zoll- und Impfvorschriften, Wechselkurse, Währungen usw. dar.⁴⁶

Ein entscheidendes Merkmal neben einer Sofortbestätigung ist, dass standardisierte Reisedokumente wie Flugscheine oder Bahnkarten direkt gedruckt und dem Kunden gleich nach Bezahlung ausgehändigt werden können.⁴⁷

Ein CRS muss gewährleisten können, dass die Angebotsdarstellung eines Produktes bzw. einer Dienstleistung neutral und mit den aktuellen Tarifen dargestellt wird. Dies gewährleistet, dass der Agent die Möglichkeit hat, die Angebote zu vergleichen und entsprechend dem Kunden zu verkaufen.⁴⁸ Ein aktuelles Thema, welches die Branche derzeit beschäftigt, ist die Abschaffung dieses Verhaltenskodexes für CRS,⁴⁹ welcher die CRS-Betreiber und beteiligten Fluggesellschaften bei der Angebotsdarstellung zu absoluter Neutralität verpflichtet.⁵⁰ Diese Neutralitätsverpflichtung soll nach US-Vorbild wegfallen. CRS wie Sabre und Galileo befürchten, dass dadurch ein Wettbewerbsnachteil für sie entsteht, da die an Amadeus beteiligten Airlines das CRS bevorzugt mit Flug- und Tarifdaten versorgen könnten, wodurch die Reisebüros zur Nutzung von Amadeus gezwungen würden.⁵¹

⁴⁵ Vgl. Wikipedia, 2004a, o.S.

⁴⁶ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 26.

⁴⁷ Vgl. Münzer, 1998, S. 701-702.

⁴⁸ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 24.

⁴⁹ Vgl. Jegminat, 2004b, S. 48.

⁵⁰ Vgl. Schroeder, 2004, S. 70.

⁵¹ Vgl. Jegminat, 2004b, S. 48.

Neben den Aufgaben im Front-Office-Bereich, kann das CRS auch Aufgaben aus dem Mid- und Back-Office-Bereich übernehmen.⁵²

Mit Hilfe des „Passenger Name Records“ (PNR) wird die Kundenverwaltung und Buchungssteuerung durchgeführt. Im PNR können außer den persönlichen Daten des Kunden auch seine Präferenzen in Bezug auf z.B. Flugabschnitte, Hotels oder Mietwagen gespeichert werden. Bucht ein Reisender häufiger, lässt sich ein Kundenprofil erstellen, auf welches bei zukünftigen Buchungen zurückgegriffen werden kann. Die Daten des Kunden müssen so nicht mehr in jede Buchung von neuem eingegeben werden, sondern können automatisch aus dem Profil des Kunden in die Buchung übernommen werden.⁵³

Da den Betreibern durch das CRS immer die genauen Buchungszahlen vorliegen, sind die meisten CRS an Yieldmanagement-Systeme angeschlossen. Airlines können damit z.B. die optimalen Überbuchungsraten festlegen und damit ihre Deckungsbeiträge erhöhen.⁵⁴

Voraussetzung für einen problemlosen Ablauf der Computerreservierungssysteme sind die technischen Funktionalitäten wie Datensicherheit, hohe globale Verfügbarkeit, Dauerbetrieb, kurze Antwortzeiten, Verbindung zu möglichst vielen Leistungsträgern, Bewältigung größter Daten- und Transaktionsvolumina und die Ermöglichung eines zeitgleichen Zugriffs auf das Angebot für alle Vertriebspartner.⁵⁵

⁵² Vgl. Münzer, 1998, S. 702.

⁵³ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 25-26.

⁵⁴ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 26.

⁵⁵ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 27-28.

Darstellung 4: Amadeus - Flugreservierung

```

--- TST RLR ---
RP/FRAKR2207/FRAKR2207                LH/RM  11SEP04/1400Z    2F594Z
 1.SORGLOS/SUSI MRS
 2  LH 462 Q 01OCT 5 FRAMIA HK1  0910 1   0950 1330    *1A/E*
 3  ARNK
 4  LH 457 V 20OCT 3 LAXFRA HK1  1410 B   1455 1025+1 *1A/E*
 5 AP FRA 0641 7004411 - KARSTADT REISEBUERO GIESSEN - A
 6 TK TL12SEP/FRAKR2207
 7 SSR RQST LH HK1 FRAMIA/56HN,P1/S2
 8 SSR RQST LH HK1 LAXFRA/56HN,P1/S4
 9 SSR VGML LH HK1/S2
10 SSR VGML LH HK1/S4
11 SSR WCHR LH HK1/S2
12 SSR WCHR LH HK1/S4
13 SSR XBAG LH NO1 LH 10KGS 1 BAX 10X10X200CM/START FREETEXT
    WITH I.E. TTL 50KG 4PC/S2
14 SSR XBAG LH NO1 LH 10KGS 1 BAX 10X10X200CM/START FREETEXT
    WITH I.E. TTL 50KG 4PC/S4

```

- 1 Nachname/ Vorname Anrede
- 2 Streckensegment Frankfurt - Miami am 01.Oktober mit Lufthansaflug 462, Q-Klasse, Abflug 09:50/ Ankunft 13:30 Ortszeit. (HK1 = Status: bestätigt)
- 3 ARNK = Gabelflug (Passagier legt Strecke zwischen MIA und LAX ohne Flug zurück)
- 4 Streckensegment Los Angeles – Frankfurt am 20.Oktober mit Lufthansaflug 457, V-Klasse, Abflug 14:55/ Ankunft 10:25+1 Ortszeit am nächsten Tag. (HK1= Status: bestätigt)
- 5 Telefonsegment
- 6 Ticketing-Time-Limit: 12. September/ Ticketausstellung durch LH-Agentur FRAKR2207
- 7 SSR (Special Service Requirement) bestätigte Sitzplatzreservierung für Streckensegment 2
- 8 SSR (Special Service Requirement) bestätigte Sitzplatzreservierung für Streckensegment 4
- 9 SSR Vegetarian Meal für Streckensegment 2
- 10 SSR Vegetarian Meal für Streckensegment 4
- 11 SSR Wheelchair on Ramp für Streckensegment 2
- 12 SSR Wheelchair on Ramp für Streckensegment 4
- 13 SSR Excess Baggage von 10 kg Streckensegment 2
- 14 SSR Excess Baggage von 10 kg für Streckensegment 4

Quelle: Flores, 2004, o.S.

3.1.3 Gängige CRS im Überblick

In Europa haben sich bis heute vier große CRS-Betreiber etabliert: Amadeus, Galileo, Worldspan und Sabre.⁵⁶

Im Allgemeinen bieten die CRS ähnliche Produktleistungen an. Dies führt dazu, dass verstärkt versucht wird, durch Produktinnovationen, den Mehrwertnutzen zu steigern um sich damit voneinander abzuheben. Dies betrifft beispielsweise den Einsatz von graphischen Benutzeroberflächen, welche die bisher angewandten kryptischen Eingaben ersetzen. Weitere Neuerungen sind, neben dem Ziel besseren Service zu bieten, Back-Office-Optionen für individuelle Märkte (die Finanzbuchhaltung z.B. hat einzelstaatlichen Gesetzen zu folgen) sowie die Integration von CRS übergreifenden Informations- und Zugriffsoptionen.⁵⁷

Bestand die Verbindung zwischen Vertriebsstelle und Leistungsträger über das CRS früher über die herkömmlichen Standleitungen, bieten die CRS-Betreiber mittlerweile internetbasierte CRS-Versionen an.

3.1.2.1 Amadeus



Amadeus wurde 1987 in Paris von den vier Airlines Air France, Iberia, SAS (heute nicht mehr Gesellschafter) und der Deutschen Lufthansa gegründet.⁵⁸ Ende 2001 fusionierte Amadeus in Deutschland mit START und im Februar 2003 erfolgte die Umbenennung in Amadeus Germany GmbH.⁵⁹ Derzeit halten Air France 23,3%, Iberia 18,3% und Lufthansa 5,1% der Anteile in Besitz. Der Rest von 53,3% befindet sich im Streubesitz. Der Hauptsitz der Amadeus Global Travel Distribution befindet sich in Madrid. Ein weiterer Sitz befindet sich in Sophia Antipolis bei Nizza (Entwicklungszentrum und Produktmarketing). In

⁵⁶ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 44.

⁵⁷ Vgl. Echtermeyer, 1998, S. 29.

⁵⁸ Vgl. Amadeus, 2004a, S. 10.

⁵⁹ Vgl. Wikipedia, 2004b, o.S.

Deutschland ist Amadeus in Bad Homburg und in Erding bei München (hier befindet sich das internationale Rechenzentrum) vertreten.⁶⁰

Amadeus wird weltweit zurzeit von 60.909 Reisebüros und 11.057 Airline Verkaufsbüros genutzt. Buchbar sind 483 Fluggesellschaften (Flugplanübersicht über 761 Airlines), 49 Mietwagenfirmen (26.004 Mietwagenstationen), 50.968 Hotels, elf Kreuzfahrtgesellschaften und 13 Fährgesellschaften.⁶¹ Des Weiteren sind zur Nutzung des CRS 171 Reiseveranstalter, 51 Verkehrsverbünde, 39 Bahngesellschaften, 400 Eventanbieter und neun Versicherungen angebunden.⁶²

Das neue onlinebasierte Produkt, Amadeus Vista, wird in vier verschiedenen Varianten angeboten⁶³:

- Amadeus Vista Leisure Pack
- Amadeus Vista Professional Pack
- Amadeus Vista Classic Pack
- Amadeus Vista Starter Pack

Bei allen vier Produkten können Flug, Hotel und Mietwagen (AMA), Kreuzfahrten (Amadeus Cruise), Schiff-Fahrscheine (SFS) und Versicherungen (ATAS, VERS, VERJ) gebucht werden. Amadeus Bahn- und Busleistungen und Eintrittskarten (KART) können nur bei Verwendung von Leisure und Professional Pack gebucht werden.⁶⁴

Zur Unterstützung im Front-Office bietet Amadeus den Reisebüros das Vertriebsunterstützungssystem Amadeus Destino an. Dieses System soll die Bedarfsermittlung, Kundenberatung, Vakanzprüfung und Buchung erleichtern

⁶⁰ Vgl. Amadeus, 2004a, S. 3-8.

⁶¹ Vgl. Amadeus, 2004a, S. 3-9.

⁶² Vgl. Wikipedia, 2004, o.S.

⁶³ Vgl. Amadeus, 2004c, o.S.

⁶⁴ Vgl. Amadeus, 2004c, o.S.

und damit den Verkaufsprozess optimieren.⁶⁵ Amadeus Destino ist im Leisure Pack integriert. Zu den anderen drei Produkten wird es optional angeboten.⁶⁶

Eine Beratung über DB Fahrplan- und Preisanzeige (Amadeus Bahn), Flugpreis-Optimierung (Amadeus Value Pricer), Consolidator-Tarife (Amadeus Fare Data), Info-Datenbanken und Landesinformationen, Einreise- und Gesundheitsbestimmungen ist in allen vier Packs inbegriffen. Eine Vakanz- und Preisauskunft für Events ist nur beim Starter Pack nicht möglich.⁶⁷

Von der neuen graphischen Benutzeroberfläche Vista wurden inzwischen 4.000 Lizenzen auf Terminals in Reisebüros installiert. Weitere vertragliche Vereinbarungen sind bereits für fast 24.000 Terminals abgeschlossen, unter anderem mit den großen Reisebüroketten wie TQ3, TUI Leisure Travel, LCC, Rewe, American Express und CWT.⁶⁸



3.1.2.2 MySabre+merlin

Sabre wurde im Jahr 1959 von American Airlines in den USA als 100%ige Tochter gegründet. 1976 wurden die ersten Reisebüro-Terminals installiert.⁶⁹

1990 wurde die Firma Dillon Communication Systems GmbH (dcs) von Thomas F. Dillon gegründet mit dem Ziel, kleineren Reiseveranstaltern und Leistungsträgern Zugang zu den großen CRS zu verschaffen. 1993 gewann dcs Sabre und Galileo als Geschäftspartner, welche beide die dcs-Schnittstelle als Anschluss an den deutschen Touristikmarkt nutzten. 1995 entwickelte dcs „merlin“, welches von da an als unabhängiges Reservierungssystem am Markt auftrat. Im Juni 2000 wurde Sabre mit 51% Mehrheitsgesellschafter von dcs. Sabre und merlin traten ab 2002 schließlich als einheitliches CRS unter dem

⁶⁵ Vgl. Amadeus 2004b, o.S.

⁶⁶ Vgl. Amadeus, 2004c, o.S.

⁶⁷ Vgl. Amadeus, 2004c, o.S.

⁶⁸ Vgl. Mann, 2004, o.S.

⁶⁹ Vgl. Schulz/ Frank/ Seitz, 1996, S. 93.

Namen MySabre+merlin auf. Seit 2003 hält Sabre Holdings Corporation die restlichen 49% der Anteile.⁷⁰

Das ebenfalls onlinebasierte MySabre+merlin bietet zurzeit Anschluss zu über 400 Fluggesellschaften, rund 60.000 Hotels, 53 Autovermieter und Angebote von Touristik-, Bahn-, Fähr- und Kreuzfahrt-Anbietern.⁷¹

Für alle touristischen Leistungen, Pauschal- und Individualreisen, Mietwagen, Consolidator-Tarife, Fährpassagen, Konzertkarten und Versicherungen bietet die Front-Office-Lösung jeweils eine Buchungsmaske an. In der merlin-Maske können Pauschalreisen, Ferienhäuser, Busreisen, Charterflüge, Mietwagen, Versicherungen und Kreuzfahrten gebucht und Chartersickets, Reisebestätigungen, Sicherungsscheine und Versicherungspolice gedruckt werden. TUI-Produkte können über die merlin-Maske, IRIS-Plus oder das IRIS-Verfahren gebucht werden.⁷²

Zur Verkaufsunterstützung im Reisebüro wurde das Produkt merlin Shop entwickelt, welches optional genutzt werden kann.⁷³



3.1.2.3 Galileo International

Galileo wurde Mitte 1987 als zweites europäisches computergestütztes Reservierungssystem von British Airways, Swissair, KLM und Covia (Betreiber-gesellschaft des amerikanischen CRS Apollo) gegründet. Kurze Zeit später schlossen sich Alitalia, Austrian Airlines, AerLingus, TAP Air Portugal, Sabena und Olympic Airways an.⁷⁴ Seit dem Zusammenschluss mit Covia im Jahr 1992 heißt das Unternehmen Galileo International.⁷⁵

⁷⁰ Vgl. MySabre+merlin, 2004d, o.S.

⁷¹ Vgl. MySabre+merlin, 2004e, o.S.

⁷² Vgl. MySabre+merlin, 2004f, o.S.

⁷³ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

⁷⁴ Vgl. Schulz/ Frank/ Seitz, 1996, S. 89.

⁷⁵ Vgl. Schroeder, 2002, S. 74.

Dieses Computerreservierungssystem wird weltweit in 116 Ländern (46.000 Standorte) genutzt. In Deutschland ist Galileo derzeit an über 836 Standorten mit insgesamt mehr als 3.000 Terminals vertreten. Über dieses CRS hat man Zugriff auf 683 Airlines, 52.000 Hotels und 27 Mietwagenunternehmen.⁷⁶

Die Galileo Deutschland GmbH bietet folgende Produkte an:⁷⁷

➤ Focalpoint

Das CRS Focalpoint ist Hauptprodukt von Galileo und basiert auf kryptischen Eingaben.⁷⁸ Über Focalpoint sind 700 Linienfluggesellschaften mit über einer Milliarde Tarifen buchbar. Die Tools RoomMaster und CarMaster ermöglichen Buchungen von 225 Hotelketten, 45.000 Hotels und 50 Mietwagenfirmen mit 18.000 Ausgabestellen⁷⁹

➤ FocalpointNet™

FocalpointNet™ ist die internetbasierte Version von Focalpoint und ermöglicht Flüge, Hotels und Mietwagen in Echtzeit abzufragen.⁸⁰

➤ RailMaster™

Hierüber können Bahnbuchungen getätigt werden und Auslandsfahr-scheine ausgestellt werden. Weitere Funktionen sind die Verkaufsmög-lichkeit von Park & Rail, Auto- und Nachtreisezügen sowie die Aufgabe von Kuriergepäck.⁸¹

⁷⁶ Vgl. Galileo International, 2002a, o.S.

⁷⁷ Vgl. Galileo International, 2002b, o.S.

⁷⁸ Vgl. Vieth, 2004, o.S.

⁷⁹ Vgl. Galileo International, 2002c, o.S.

⁸⁰ Vgl. Galileo International, 2002d, o.S.

⁸¹ Vgl. Galileo International, 2002e, o.S.

➤ TourMaster 2.0

TourMaster 2.0 ermöglicht touristische Buchungen bei über 115 Leistungsträgern wie Reiseveranstalter, Charterfluggesellschaften, Reiseversicherungen und Autovermietungen. Durch eine Einteilung der Buchungsmaske in Registerkarten wird eine komfortable und zeitsparende Bedienung gesichert und eine schnelle und optimale Kundenberatung gewährleistet.⁸²

➤ Viewpoint™

Viewpoint™ ist ein benutzerfreundliches CRS mit Zugriff auf die globale Datenbank von Galileo International. Mit Hilfe der integrierten Galileo Travel Related Content Page bietet es touristische Informationen zu Reisezielen, Gesundheitshinweisen und Web-Tarifen.⁸³ Viewpoint™ ist allerdings kein klassisches Vertriebsunterstützungssystem.⁸⁴

3.1.2.4 Worldspan



Worldspan wurde durch den Zusammenschluss der beiden Reservierungssysteme PARS (von Trans World Airlines und Northwest Airlines) und DATAS II (von Delta Airlines) Anfang 1990 gegründet.⁸⁵

Das zweitgrößte CRS in den USA, mit Hauptsitz in Atlanta, GA, ist weltweit an über 16.000 Reisebüros angeschlossen und bietet Produkte von 465 Airlines, 225 Hotelketten (53.975 Einzelhotels), 35 Autovermietungen, über 40 Veranstalter und Reedereien und über 40 Spezial-Reiseanbieter/ Bahnen an.⁸⁶

⁸² Vgl. Galileo International, 2002f, o.S.

⁸³ Vgl. Galileo International, 2002g, o.S.

⁸⁴ Vgl. Vieth, 2004, o.S.

⁸⁵ Vgl. Schulz/ Frank/ Seitz, 1996, S. 94.

⁸⁶ Vgl. Worldspan, 2004, o.S.

Worldspan hat in Deutschland ca. 120 Kunden mit jeweils mehreren Reisebüros oder Reisebüroketten.⁸⁷

Mit über 65% aller Online-Reisebuchungen von Reiseagenturen zählt Worldspan zum weltweiten Marktführer im E-Commerce.⁸⁸

Für Reisebüros bietet Worldspan unter anderem die folgenden Lösungen an:

➤ Worldspan Go!®:

Worldspan Go!® ist Hauptprodukt von Worldspan⁸⁹ und ein internetbasiertes Reservierungssystem für Flüge, Mietwagen und Hotels. Worldspan Go!® verspricht eine benutzerfreundliche, graphische Oberfläche, Nutzungsmöglichkeit über alle Internet-Zugänge sowie Online-Hilfen und -Schulungen und sorgt somit für eine Minimierung der Einarbeitungszeiten neuer Mitarbeiter.⁹⁰ Da das System nicht standortgebunden ist, hat der Mitarbeiter die Möglichkeit auch außer Haus, d.h. direkt beim Kunden, Beratungsgespräche zu führen.⁹¹

➤ Worldspan TourSelect

Worldspan TourSelect ist ein Buchungstool für touristische Leistungen und verfügt über eine benutzerfreundliche, intuitiv bedienbare Oberfläche. Worldspan TourSelect bietet neben der Möglichkeit, durch Veranstalterbevorzugung die Vertriebssteuerung zu beeinflussen auch zusätzliche Veranstalterinformationen, so können z.B. Bilder und Beschreibungen abgerufen werden. Da keine Vorkenntnisse nötig sind, kann dieses Buchungstool von jedem Mitarbeiter sofort eingesetzt werden.⁹² Obwohl Worldspan TourSelect bereits Grundzüge eines Vertriebsunterstützungssystems aufweist, sind alle dafür erforderlichen Funktionen noch nicht vorhanden. Es ist aber geplant, Worldspan Tour-

⁸⁷ Vgl. Hedenus, 2004, o.S.

⁸⁸ Vgl. Worldspan, 2004, o.S.

⁸⁹ Vgl. Hedenus, 2004, o.S.

⁹⁰ Vgl. Worldspan, 2004, o.S.

⁹¹ Vgl. Hedenus, 2004, o.S.

⁹² Vgl. Worldspan, 2004, o.S.

Select auf der nächsten ITB im März 2005 als vollwertiges Vertriebsunterstützungssystem zu präsentieren.⁹³

3.1.2.5 Weitere Computerreservierungssysteme

Außer den vier bisher genannten globalen Computerreservierungssystemen gibt es noch weitere. Im Folgenden werden zwei näher erläutert:

Abacus



Der CRS-Betreiber Abacus für den asiatisch-pazifischen Raum wurde 1988 von folgenden Gesellschaften gegründet: Worldspan, ANA (All Nippon Airways), Cathay Pacific Airways, China Airlines, EVA Airways, Garuda Indonesia, Dragon Air, Malaysia Airlines, Philippine Airlines, Royal Brunei Airlines, Silk Air und Singapore Airlines. 1998 wechselte Abacus von Worldspan zu Sabre und gründete Abacus International mit Sitz in Singapur.⁹⁴ Sabre hat 35% und Abacus International 65% in Besitz. Dieses Computerreservierungssystem wird weltweit in 21 Ländern (über 10.000 Standorte).⁹⁵

SITA



Bereits 1949 wurde SITA (Société Internationale de Télécommunications Aéronautiques) mit Sitz in Genf⁹⁶ von folgenden elf Airlines gegründet: Air France, KLM, Sabena, Swissair, TWA, British European Airways Corporation (BEAC), British Overseas Airways Corporation (BOAC), British South American Airways (BSAA), Swedish A.G. Aeritransport, Danish Det Danske Luftfartselskab A/S

⁹³ Vgl. Hedenus, 2004, o.S.

⁹⁴ Vgl. Schroeder, 2002, S. 7.

⁹⁵ Vgl. Abacus, 2004, o.S.

⁹⁶ Vgl. SITA, 2004, o.S.

und Norweigan Det Norske Luftfartselskap.⁹⁷ Seit 1989 wird das CRS `“GETS“ von SITA betrieben. GETS repräsentiert 46 nationale Airlines die hauptsächlich in Afrika, Osteuropa, Asien und Lateinamerika ihren Sitz haben. Seit der strategischen Allianz mit Galileo International ist es den Reisebüros, die an GETS angeschlossen sind, möglich, ihre Leistungspakete um die von Galileo International aufzustocken.⁹⁸

⁹⁷ Vgl. SITA, 2003a, o.S.

⁹⁸ Vgl. SITA, 2003b, o.S.

3.2 Mid- und Back-Office-Systeme (mit Fallbeispiel)

Wie bereits unter Punkt 2.3 erwähnt, stellen neben dem Aufgabengebiet Front-Office eines Reisebüros, das Mid-, und im Back-Office weitere elementare Aufgabengebiete dar.

Nach Schulz verbindet das Mid-Office die Abläufe in Front- und Back-Office, wobei in diesem Bereich nicht der direkte Kundenkontakt im Vordergrund steht, sondern verkaufsunterstützende und verkaufsvorbereitende Aufgaben. Dazu zählt zum einen der Bereich Marketing, welcher insbesondere die Pflege und Aufbereitung von Kundendaten sowie statistische Erhebungen zum Buchungsverhalten der Reisebürokunden umfasst.⁹⁹ Bei den Systemanbietern (CRS) findet sich diese Funktion oft als eigenständiges Modul, welches als CRM (Customer Relationship Management) -Modul bezeichnet wird.¹⁰⁰

Unter Customer Relationship Management versteht man eine „Geschäftsstrategie zur Steigerung des Unternehmenserfolgs durch Erhaltung, Erweiterung und Verbesserung der Beziehungen zwischen den Unternehmen und ihren Kunden.“¹⁰¹

Das Vorhandensein einer umfangreichen, aussagefähigen und aktuellen Kundendatei ist besonders im Hinblick auf eine professionelle Beratung sehr wichtig. Sie erleichtert dem Expedienten den gesamten Beratungsablauf, da schnell und präzise auf die Historie des Kunden zugegriffen werden kann. Hier lässt sich unter anderem erkennen, welche Art Reisen der Kunde bereits gebucht hat, was den Expedienten maßgeblich bei der Angebotsfindung unterstützt. Außerdem gibt die Kundendatei z.B. Aufschluss über bereits getätigte Buchungsanfragen.¹⁰² Je mehr Informationen die Kundendatei beinhaltet, desto vorteilhafter wirkt sich dies natürlich auf den Beratungsprozess im Front-Office aus.

⁹⁹ Vgl. Schulz, 1999, S.155-156.

¹⁰⁰ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

¹⁰¹ Schroeder, 2002, S. 69.

¹⁰² Vgl. MySabre+merlin, 2004b, o.S.

Weitere Schwerpunkte, im Bereich des Mid-Office, sind die Verkaufssteuerung und die Optimierung. Durch die zunehmende Provisionsflexibilisierung kommt dem Bereich Verkaufssteuerung im Hinblick auf die Ertragsoptimierung eine große Bedeutung zu. Besonders zum Erreichen von Super- bzw. Zusatzprovisionen ist eine umfassende Kenntnis über die verschiedenen Veranstalterprovisionssysteme und der aktuelle Stand der Umsätze von großer Bedeutung.¹⁰³

Der Bereich Optimierung betrifft vor allem Reisebüros mit hohem Umsatzvolumen und Ausrichtung auf das Firmengeschäft. Hierbei wird spezielle Software (so genannte Robotic Software) eingesetzt, welche bestehende Vorgänge z.B. auf Richtigkeit, Vollständigkeit, Verfügbarkeit und Kostengünstigkeit für den Kunden überprüft.¹⁰⁴

Das Aufgabengebiet Back-Office umfasst die Bereiche Buchhaltung und Controlling sowie die Abrechnung mit den Leistungsträgern. Die elektronische Datenverarbeitung ist auch in diesem Aufgabengebiet sehr ausgeprägt. IT-Systeme, die eine direkte Datenübernahme aus dem Front-Office zur Weiterbearbeitung im Back-Office ermöglichen, sind dabei vorteilhaft, da somit z.B. auf die manuelle Beleg- und Datenerfassung verzichtet werden kann. Damit wird die Vorgangsbearbeitung maßgeblich beschleunigt und Fehler bei der Datenerfassung werden verhindert.¹⁰⁵ Umgekehrt muss es dem Expedienten im Verkauf möglich sein, auf Informationen aus dem Back-Office Bereich zugreifen zu können, um z.B. überprüfen zu können, ob bei einem Kunden noch offene Rechnungsposten vorliegen.¹⁰⁶

¹⁰³ Vgl. Schulz, 1999, S. 155-156.

¹⁰⁴ Vgl. Schulz, 1999, S. 156-157.

¹⁰⁵ Vgl. Schulz, 1999, S. 158.

¹⁰⁶ Vgl. Brandes, 2002, S. 52-53.

Während beispielsweise die großen CRS oftmals Komplettlösungen anbieten, die neben IT-Lösungen für das Front-Office, auch den Bereich des Mid-Office abdecken, bestehen im Falle des Back-Office meist Schnittstellen zu externen Rechenzentren (z.B. IBIZA oder RBS), welche auf die Datenverwaltung und Datenaufbereitung im Sinne der Back-Office-Aufgabengebiete spezialisiert sind.¹⁰⁷ Dabei bieten mittlerweile viele Anbieter die Möglichkeit, die Daten mittels Internet für das Reisebüro zugänglich zu machen.¹⁰⁸ Des Weiteren ist eine rasante Entwicklung der Back-Office-Systeme zu beobachten. Die Systeme beschränken sich nicht mehr auf die bloße Finanzbuchhaltung, sondern liefern mittlerweile auch z.B. statistische Auswertungen zu Umsätzen und bieten eine umfassende Kundendatenverwaltung an. Die einzelnen Systeme aus Front-, Mid- und Back-Office wachsen mit Hinblick auf die Optimierung eines durchgehenden Prozesses im Reisebüro immer weiter zusammen.¹⁰⁹

Die folgende Darstellung von einem gängigen Mid-Office-Systemen mit Schnittstellen zu zwei, in der Branche häufig genutzten, Back-Office-Lösungen, sollen die Funktionsweise beispielhaft verdeutlichen.

3.2.1 Komplettlösung MySabre+merlin

MySabre+merlin ist ein Beispiel für eine Reisbüro-Komplettlösung. Neben dem Reservierungsmodul MySabre+merlin und dem Vertriebsunterstützungssystem *Shop* aus dem Front-Office, bietet MySabre+merlin eine Lösung für das Mid-Office an, welches aus den Modulen CRM, Auftragsbearbeitung, Verkaufsbeleg, Veranstalterabrechnung und Fullfillment-Centre besteht. Mit der Komplettlösung wird eine geschlossene Prozesskette, von der Reservierung über die Datenverwaltung bis zum CRM, angestrebt.¹¹⁰

Im CRM-Modul können alle für die Beratung und das Marketing wichtigen Daten des Kunden erfasst werden. Die Informationen können jederzeit in das Front-

¹⁰⁷ Vgl. MySabre+merlin, 2004b, o.S.

¹⁰⁸ Vgl. Brandes, 2002, S. 52-53.

¹⁰⁹ Vgl. Becker, 2004a, o.S.

¹¹⁰ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

Office-Modul übernommen werden und geben dem Expedienten eine erste Grundlage für seine Beratung.¹¹¹ Durch den Wegfall der erneuten Eingabe aller Kundendaten in die Buchungsmaske, vereinfacht und beschleunigt sich außerdem die Buchungsabwicklung.

Für das Marketing lassen sich die hier gespeicherten Daten aktiv nutzen. Im CRM-Modul können kundenspezifische Daten und Informationen selektiert werden und somit z.B. gezielt Kundenmailings durchgeführt werden.¹¹²

Das Modul Auftragsbearbeitung bündelt Reservierungen eines Kunden aus verschiedenen Reservierungsmodulen von MySabre+merlin. Verschiedene Vorgänge eines Kunden können somit zu einem Auftrag zusammengefasst werden. Zahlungs- und Rechnungsdaten werden dabei separat zu jedem Vorgang dargestellt. Weitere Funktionen dieses Moduls sind das Hinterlegen von Marketingschlüsseln, welche als Pflichteingabe bei Aufträgen definiert werden können, und das Erfassen von Gebühren. Fällige Rechnungen und Verkaufsbelege können schließlich mit der dazugehörigen Reisebestätigung im Fullfillment-Centre zum Druck angestoßen werden.¹¹³

Im Mid-Office werden die für die Finanzbuchhaltung notwendigen Daten bereits erfasst und können in Buchungssätze umgewandelt, direkt an das Back-Office weitergegeben werden. Dies betrifft neben Reisebuchungen und Zahlungen natürlich auch die Veranstalterabrechnungen. Die von den Veranstaltern in elektronischer Form gelieferten Abrechnungsdaten werden monatlich zentral im Mid-Office eingelesen und mit den hier gespeicherten Informationen verglichen. Die daraus erzeugten buchhalterischen Daten können direkt in das Back-Office übergeben werden. Eine doppelte Be- oder Verarbeitung der Belege entfällt. MySabre+merlin verfügt über Schnittstellen zu den Back-Office-Systemen RBS von travel-BA.sys und IBIZA von Travel Agency Technologies & Services.¹¹⁴

¹¹¹ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

¹¹² Vgl. MySabre+merlin, 2004b, o.S.

¹¹³ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

¹¹⁴ Vgl. MySabre+merlin, 2004a, o.S.

3.2.2 travel-BA.sys - RBS

Travel-BA.sys ist ein Unternehmen des TUI Konzerns und hält mit dem Reisebürodatenbanksystem RBS/SAP im Marktsegment der großen Reisebüros, Reisebüroketten und Kooperationen die Marktführerschaft.¹¹⁵

Neben der Finanzbuchhaltung, die in SAP/R3 geführt wird, ist es möglich, über RBS umfassende Statistiken über z.B. aktuelle Umsätze zu erhalten. Des Weiteren steht RBS im Datenaustausch mit fast allen namhaften Leistungsträgern und liefert Daten (z.B. in Form von Soll/Ist- Vergleichen) für die strategische Vertriebssteuerung. Auch für die Abwicklung von Transaction Fees und für die Archivierung von Belegen bietet RBS eine Lösung an. Alle Daten werden dabei von RBS zentral im Rechenzentrum auf einem Großrechner gespeichert.¹¹⁶

RBS existiert ebenfalls als webbasierte Version (RBSweb). So ist es möglich, die Daten aus dem Back-Office für den Counter nutzbar zu machen, bzw. einen flexiblen ortsunabhängigen Zugriff zu ermöglichen. Des Weiteren besteht eine Verzahnung mit den kooperierenden CRS, womit z.B. Kundendaten aus dem Back-Office direkt in die Buchungsmasken übernommen werden können und aktuelle Buchungen durch einfaches Anklicken der RBS-Vorgangsnummer im CRS dargestellt werden können.¹¹⁷

Durch die Rückgriffsmöglichkeit auf die Kundendatenbank, ist über RBS ein umfassendes Kundenmarketing möglich. RBS verfügt über eine Selektionsfunktion, worüber bestimmte Kundengruppen nach Schlüsselkriterien z.B. für Mailings selektiert werden können.¹¹⁸

Für große Ketten bietet RBS das Modul Filialinfo Travel an, welches die Kundendatenbank mit geographischer Software verbindet. Auf Karten wird das geographische Einzugsgebiet einer Filiale und ihre Kunden mit der jeweiligen Umsatzentwicklung abgebildet. So lässt sich in Verbindung mit z.B. Daten der

¹¹⁵ Vgl. travel-BA.sys, 2004, o.S.

¹¹⁶ Vgl. travel-BA.sys, 2004, o.S.

¹¹⁷ Vgl. Brandes, 2002, S. 52-53.

¹¹⁸ Vgl. Brandes, 2002, S. 52-53.

Einkommensstruktur bestimmter Regionen feststellen, ob ein Reisebüro das richtige Angebot für sein Umfeld bietet.¹¹⁹

3.2.3 Travel Agency Technologies & Services – IBIZA

Travel Agency Technologies & Services (kurz ta.ts) ist einer der führenden Anbieter von Mid- und Back-Office-Systemen und eine hundertprozentige Tochter der Lufthansa Commercial Holding. Das Produkt IBIZA (Integrierte Buchhaltung, Informationen, Zentrale Auswertungen) ist als integriertes Mid- und Back-Office-System für Reisebüros jeder Größe geeignet.¹²⁰

Reisebüros haben die Möglichkeit, ihre Buchhaltung über IBIZA entweder eigenständig (im Selfservice) oder ausgelagert (im Fullservice) durchzuführen. IBIZA ist wie RBS von travel-BA.sys ein SAP/R3 basiertes System¹²¹ und besteht aus den Modulen Controlling, Information, Auswertung und Online-Marketing.¹²²

Mit dem Controlling-Modul bietet IBIZA neben der klassischen Finanzbuchhaltung auch die Möglichkeit die Budgetplanung mit allen Kosten- und Erlöspositionen durchzuführen. Die direkte Übernahmemöglichkeit aller Daten aus dem Front-Office sorgt dabei für eine hohe Aktualität der Daten.¹²³

Das ebenfalls integrierte Management Information System-Modul bietet Informationen, auf die auch die Expedienten am Counter zurückgreifen können. Dies betrifft vor allem Daten zu den aktuellen Umsätzen bzw. Umsatzprognosen, was die Grundlage für die Vertriebssteuerung zur Optimierung der Erlöse darstellt.¹²⁴ IBIZA verarbeitet und verknüpft dabei die Daten der marktführen-

¹¹⁹ Vgl. Becker, 2004a, o.S.

¹²⁰ Vgl. ta.ts, 2004a, o.S.

¹²¹ Vgl. Hocks, 2002a, S. 42-43.

¹²² Vgl. Hocks, 2002b, S. 88-89.

¹²³ Vgl. Hocks, 2002b, S. 88-89.

¹²⁴ Vgl. Hocks, 2002a, S. 42-43.

den CRS und aller wichtigen Leistungsträger. Die Auswertungen werden online verfügbar gemacht.¹²⁵

Vor allem Firmendienstreisebüros profitieren vom Auswertungs-Modul, über welches z.B. mit Hilfe von CRS-Daten Pre- und Posttripreports erstellt werden können.¹²⁶ Die einheitliche Datenaufbereitung ermöglicht es außerdem Reisebüros einer Kette ihre Steuerungsinformationen an andere Filialen weiterzugeben und so das gemeinsame Erreichen von Superprovisionen zu ermöglichen.¹²⁷

Das Online-Marketing Modul liefert Kundendaten, welche inklusive einer umfangreichen Historie zu Verfügung stehen und durch Anwendung von verschiedenen Filtern analysiert werden können. Durch die genaue Analyse können gezielt Marketingaktionen durchgeführt werden.¹²⁸

Die jüngste Erweiterung von IBIZA ist der Szenario-Manager, über welchen sich auf Basis von Echtdateien die Auswirkungen der Nullprovision berechnen lassen. Mit Hilfe von Simulationsrechnungen lassen sich dabei unterschiedliche Gebührenmodelle erstellen. Somit können Reisebüros unter Berücksichtigung der Lufthansa Gebührensätze und ihren eigenen Plandaten, leichter die eigenen Service-Fees festlegen, die ab 01.September 2004 gelten sollen.¹²⁹

¹²⁵ Vgl. Hocks, 2002b, S. 88-89.

¹²⁶ Vgl. Hocks, 2002a, S. 42-43.

¹²⁷ Vgl. Hocks, 2002b, S. 88-89.

¹²⁸ Vgl. Hocks, 2002a, S. 42-43.

¹²⁹ Vgl. ta.ts, 2004b, o.S.

3.3 Vertriebsunterstützungssysteme

Die bereits beschriebenen Anforderungen an die Reisemittler, haben zu einer Reihe von Entwicklungen im Softwarebereich geführt, welche den Reisebüroexpedienten bei seiner Beratungstätigkeit unterstützen sollen. Solche Vertriebsunterstützungssysteme (in der Fachpresse auch als Beratungstools oder Preisvergleichssysteme bezeichnet) werden von den bisher dargestellten CRS-Betreibern, wie Amadeus und MySabre+merlin, im Rahmen einer optionalen Produkterweiterung angeboten.

Ein Vertriebsunterstützungssystem bezeichnet eine Softwarelösung, welche das Angebot der Reiseveranstalter hinsichtlich von Preis und Leistungen vergleichend darstellt und dadurch für eine Optimierung des Beratungsprozesses beim Verkauf touristischer Leistungen sorgt. (eigene Definition)

Unabhängig von den großen CRS-Betreibern gibt es außerdem Softwareanbieter, welche ebenfalls Softwarelösungen dieser Art anbieten. Dies sind für den Bereich Pauschalreisen in erster Linie die TravelTainment AG mit ihrem Produkt „BistroPortal“, die travel-IT GmbH mit „LMplus“, die Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH mit „TOURmanager“ sowie die Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH mit „TravelFoxy“.

Dieses Kapitel beschäftigt sich zunächst mit der Entstehung und dem aktuellen Entwicklungsstand dieser Systeme. Anhand von Beispielen werden dabei die derzeit vorhandenen Funktionen der Systeme aufgezeigt. Zusammenfassend wird ein kurzer Überblick über die entstehenden Vorteile durch die Nutzung eines solchen Systems gegeben. Im Kapitel 4 wird schließlich näher auf die einzelnen Systemanbieter mit ihren Produkten und deren Stellung am Markt eingegangen.

3.3.1 Eingliederung und Entwicklung von Vertriebsunterstützungssystemen in EDV-Komplettlösungen für Reisebüros

Vertriebsunterstützungssysteme werden im Front-Office von Reisebüros eingesetzt.

Im Front-Office fallen drei Hauptaufgaben an, die ausgeführt werden. Dies sind die Weitergabe von Informationen, die Beratung des Kunden sowie die Vermittlung der Reise, welche in der Regel durch eine Buchung im CRS ausgeführt wird.¹³⁰

Darstellung 5: Aufgaben im Front-Office am Beispiel einer Pauschalreise

Informations- und Beratungsleistung	Vermittlung
• Auskünfte über Reiseangebote der Veranstalter und Leistungsträger • Ein- und Ausreisebestimmungen • Länderinformationen • Sonstige Informationen (Versicherungen, Impfvorschriften usw.) • Optimale Reisezeiten • Bedürfnisspezifische Angebote	• Vakanzprüfung • Buchung • Ausstellung von Reisedokumenten • Vermittlung von Versicherungen • Zahlungsabwicklung

Quelle: In Anlehnung an Schulz, 1999, S. 142.

Bis ca. Mitte der 90ziger Jahre wurden die Angebote der Reiseveranstalter ausschließlich über die Computerreservierungssysteme dargestellt. Der Expedient suchte mit Hilfe von Katalogen Angebote gemäß den Kundenvorstellungen heraus und musste jedes einzelne Angebot im CRS auf Verfügbarkeit überprüfen. Eine übersichtliche Gegenüberstellung von Preis und Leistungen gleicher Produkte verschiedener Reiseveranstalter existierte ebenfalls nicht, so dass oftmals langes Suchen nötig war, um das günstigste Angebot zu finden.

¹³⁰ Vgl. Schulz, 1999, S. 142.

Dieses aufwändige Verfahren entfällt aufgrund der immer besser entwickelten Vertriebsunterstützungssysteme weitgehend. Im Vergleich zur Wichtigkeit der Beratungsleistung eines Reisebüros waren die früher hierfür zur Verfügung stehenden Informations- und Beratungssysteme eher auf einem niedrigen Entwicklungsstand.¹³¹

Es gab zwar bereits Kundendatenysteme, in denen die wichtigsten Informationen, in erster Linie die Buchungshistorie, eines Kunden erfasst werden konnten, jedoch wurden sie häufig ungezielt eingesetzt. Des Weiteren standen Vermittlungs- und Informationssysteme zur Verfügung, welche die verschiedenen touristischen Leistungen beinhalteten. Jedoch mussten die Reisebüros für die unterschiedlichen Leistungen, wie z.B. Flüge, Hotels, Bahnfahrten oder Mietwagen, separate Systeme nutzen, was dazu führte, dass der Expedient von einem System zum nächsten wechseln musste, um verschiedene Informationen abrufen zu können. Teils war es ebenfalls nicht möglich, in diesen Systemen sofort die Vakanz der Leistungen zu prüfen. Der Expedient musste in das CRS wechseln, um ermitteln zu können, ob die ausgewählte Leistung noch verfügbar war.¹³²

Zusätzliche Informationen, wie einen elektronischen Routenplaner, Zielgebietsinformationen oder auch Auskünfte zu Klima und Kultur, die entscheidend zur Beratungsqualität beitragen, waren bereits damals teilweise in den Systemen integriert. Wollte der Expedient dem Kunden das Angebot durch zusätzliche Informationen veranschaulichen, musste er jedoch auf Disketten, Datenbankprogramme oder diverse Software zurückgreifen.¹³³

¹³¹ Vgl. Schulz, 1999, S. 143.

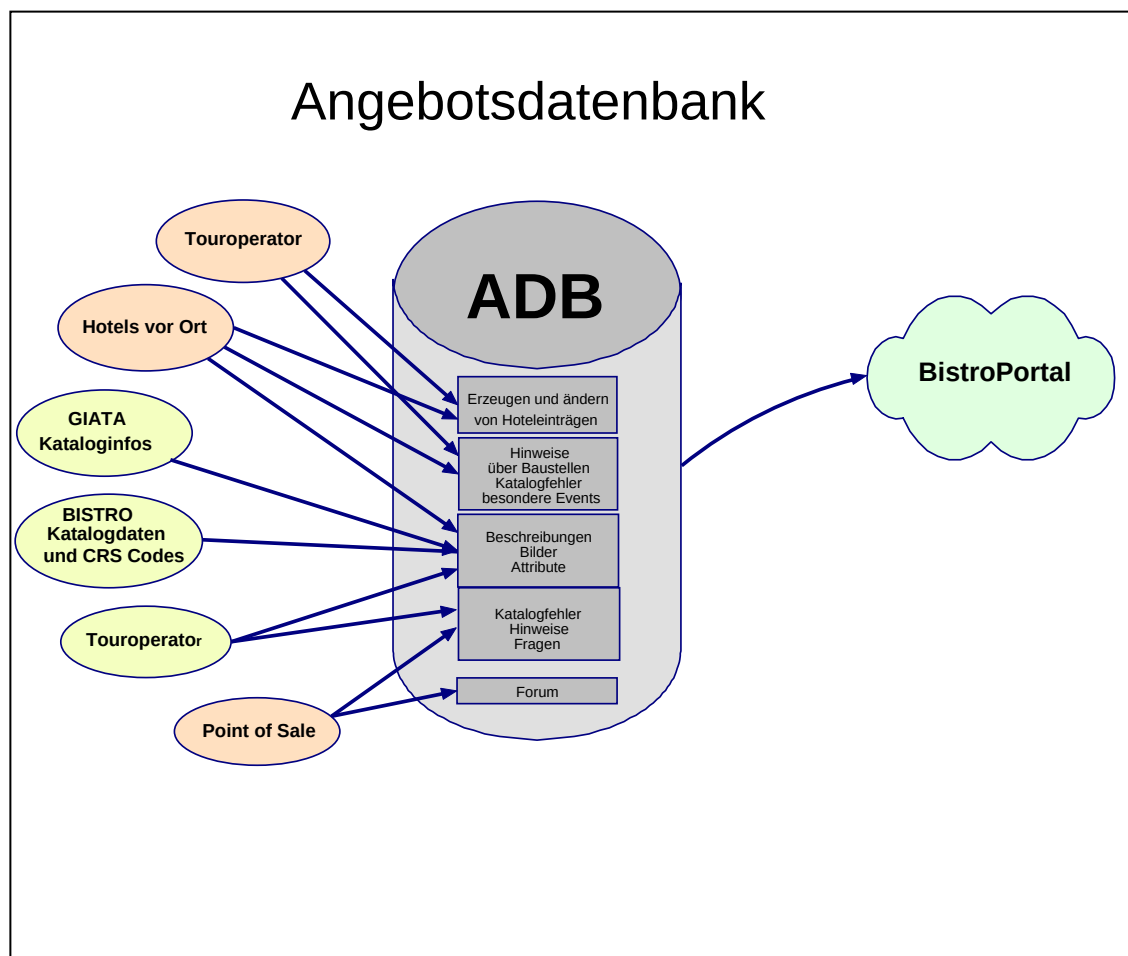
¹³² Vgl. Heller, 1996, S. 176-179.

¹³³ Vgl. Heller, 1996, S.179-180.

3.3.2 Aktueller Entwicklungsstand

Die heutigen Vertriebsunterstützungssysteme beinhalten viele dieser Funktionen in einer Anwendung. Die verschiedenen Angebote werden veranstalterübergreifend dargestellt und so ein Preis-/ Leistungsvergleich zwischen der Vielzahl von Reiseveranstaltern ermöglicht. Dabei bieten mittlerweile alle Systemanbieter anstelle der früher verwendeten CD-ROM Versionen online-basierten Versionen an, wodurch die Aktualität der Daten erheblich verbessert wurde. Bei einer Abfrage wird dabei auf eine von den Systemanbietern generierte Datenbank zugegriffen.

Den Aufbau einer solchen Datenbank soll eine graphische Darstellung der Datenbank der TravelTainment AG beispielhaft verdeutlichen:



Darstellung 6: Angebotsdatenbank. Quelle: In Anlehnung an TravelTainment AG, 2003, S. 15.

Wie die Graphik veranschaulicht, beinhaltet die Datenbank neben den Katalogdaten (Reisepreise und CRS-Codierungen) der Reiseveranstalter auch weitere Informationen z.B. direkt von den Hotels vor Ort. Ebenfalls integriert sind Kataloginformationen von GIATA, hierauf wird unter Punkt 3.2.4 näher eingegangen.

Die Vertriebsunterstützungssysteme basieren auf einfachen Eingabemasken, in welche die Reisewünsche der Kunden eingegeben werden. Das Grundprinzip ist bei allen Systemen gleich, jedoch gibt es bei einigen Details durchaus Unterschiede.

Beim Suchen nach Angeboten wird die Angebotsdarstellung durch Eingabe der Reisewünsche des Kunden eingegrenzt. So werden für Flugreisen bestimmte Daten, wie Hin- und Rückflugdatum bzw. die gewünschte Aufenthaltsdauer, der gewünschte Abflughafen und die Struktur der Reisenden (Anzahl Erwachsene und Kinder) eingegeben.

Weitere Daten können optional eingegeben werden. Hierunter fallen beispielsweise bei dem Vertriebsunterstützungssystem LMplus die Unterkunftskriterien. Unter diesen Eingabefeldern können Angaben zur gewünschten Unterbringungsart gemacht werden, indem die Anzahl der Sterne, der Zimmertyp und/ oder die Verpflegungsart festgelegt werden. Weitere für den Kunden wichtige Charakteristika wie z.B. Kinderbetreuung, Unterhaltungsmöglichkeiten oder eine bestimmte Lage, die das Hotel bieten soll, können ebenfalls in die Angebotssuche integriert werden.

Wird kein konkretes Urlaubsland angegeben, werden Angebote verschiedener Länder dargestellt, die den Wünschen des Kunden bestmöglich entsprechen. Einige Vertriebsunterstützungssysteme, wie im Falle von BistroPortal, stellen dabei eine Rangliste auf, indem die Angebote, welche den Kundenwünschen am nächsten kommen, zuerst aufgeführt werden.

Nach der Auswahl einer Unterkunft können generell sämtliche Angebote veranstalterübergreifend nach bestimmten Kriterien, wie z.B. dem Preis oder dem Urlaubsort, sortiert werden.

Bei einigen Systemen, wie z.B. bei BistroPortal, erscheinen fast ausschließlich auf Vakanz geprüfte Angebote, da durch den Einsatz so genannter Caching-

Systeme sämtliche Angebote „herausgecacht“ werden, die nicht mehr buchbar sind. Auch Preisänderungen werden dabei berücksichtigt.

Da alle Vertriebsunterstützungssysteme entweder in die gängigen Computerreservierungssysteme integriert oder über eine Schnittstelle an diese angeschlossen sind, ist es möglich, eine automatische Datenübernahme in die Buchungsmaske des CRS per Klick auf ein Angebot vorzunehmen. Diese Funktion ersetzt die manuelle Übertragung der Daten und beschleunigt somit den Buchungsprozess.

Eine weitere Funktion, wie man sie z.B. bei dem Produkt TOURmanager findet, ist eine Wissensdatenbank, auf die jeder Expedient eines Reisebüros, Reisebüroketten oder -kooperation Zugriff hat. Hier können z.B. Erfahrungsberichte der Kunden zu einem bestimmten Hotel oder Veranstalter gespeichert und für jeden Mitarbeiter zugänglich gemacht werden.

Vertriebsunterstützungssysteme können auch zur zentralen Vertriebssteuerung eingesetzt werden. So können bestimmte Prioritäten für einzelne Reiseveranstalter oder für bestimmte Buchungszeiträume festgelegt werden. Bei einer Angebotsanfrage, werden dann diejenigen Angebote der Veranstalter zuerst aufgeführt, die verstärkt gebucht werden sollen. Hierdurch können beispielsweise Provisionsspielräume gezielt genutzt und ausgebaut werden, um die angestrebten Staffelp Provisionen zu erreichen. Sowohl für einzelne Reisebüros, als auch für Reisebüroketten bzw. -kooperationen gibt es gezielte Ausrichtungen. Während bei einzelnen Betrieben innerhalb des Reisebüros der Vertrieb gesteuert wird, kann dies z.B. bei Kooperationsbetrieben, von einer zentralen Stelle aus, übergreifend über alle Betriebe vorgenommen werden.

Möglichkeiten zur Gestaltung des eigenen Marketings und des Kundenbindungsmanagements sind ebenfalls ansatzweise gegeben. So verfügen einige Systeme über eine E-Mail-Funktion, über welche aus dem Vertriebsunterstützungssystem heraus bedarfsgerechte Angebote an die Kunden versendet werden können.

Die meisten Vertriebsunterstützungssysteme bieten eine Druckfunktion, die es ermöglicht, Angebote für das Reisebüroschaufenster auszudrucken. Alternativ

lassen sich die Angebote in Textverarbeitungsprogramme exportieren und dort individuell aufbereiten.

Um dem Expedienten das Erlernen der Systemfunktionen zu erleichtern, bieten die meisten Systeme umfassende Hilfefunktionen und Handbücher, die entweder direkt über das System oder online über einen Link, abrufbar sind.

E-Learning-Angebote sind weniger verbreitet. Ein ausführliches E-Learning-Trainingsangebot bietet zurzeit nur Amadeus Germany. Unter www.vistalandscape.de findet der Reisebüromitarbeiter verschiedene, auf seinen Kenntnisstand zugeschnittene Lernprogramme, welche ihn in das CRS einführen. Darunter befinden sich auch eine Pilot-Show des Vertriebsunterstützungssystems Amadeus Destino sowie ein ausführliches Online-Handbuch.

Darüber hinaus bieten einige Anbieter wie z.B. TOURmanager eine Produktdemonstration per Telefon an, die man gleichzeitig am eigenen Bildschirm verfolgen kann.¹³⁴

3.3.3 Systemtypen im Überblick

Exkurs: Verkaufsunterstützende Software im Nur-Flug-Bereich

Am Markt existieren verschiedene Vertriebsunterstützungssysteme. Neben solchen, die auf den Bereich der Katalogpauschalreisen spezialisiert sind, gibt es einige bei denen andere Bereiche (z.B. Last-Minute-Reisen) im Focus stehen. Die Mehrheit der Systeme deckt gleichzeitig mehrere Reisearten ab.

So gibt es beispielsweise Vertriebsunterstützungssysteme über die man entweder ausschließlich Angebote zu den regulären Katalogreisen oder nach Last-Minute-Angeboten suchen kann. Optional kann nach beidem gleichzeitig gesucht werden. In diesem Fall wird die günstigere Variante angezeigt.

¹³⁴ Diese Erkenntnisse stammen aus zahlreichen Gesprächen mit den Systemanbietern.

Auch im Bereich Charterflug gibt es unterstützende Software. Der Expedient kann nach Charterflug-Angeboten in speziellen Charterflug-Datenbanken suchen, indem er die Abflughäfen, das Reiseziel und den Abflugtermin eingibt.

Eine erhebliche Arbeitserleichterung stellen Softwarelösungen dar, welche speziell für Bausteinreisen entwickelt wurden. So unterstützt ein entsprechendes Tool der TOURmanager GmbH die Planung von z.B. einer mehrtägigen Rundreise.

Auch für Kreuzfahrten existieren Lösungen. Die Angebote können unter anderem nach bestimmten Kriterien wie z.B. Veranstalter, Schiff oder Route sortiert werden.¹³⁵

Des Weiteren gibt es Vertriebsunterstützungssysteme, welche auf den Bereich Flug spezialisiert sind und neben Preisen und Tarifen von Linien- und Charterfluggesellschaften auch die von Low Cost Airlines darstellen.

Da sich die vorliegende Projektstudie in erster Linie auf Vertriebsunterstützungssysteme bezieht, welche im Pauschalreisebereich eingesetzt werden, die zunehmenden Veränderungen im Luftverkehr (Low Cost Airlines, Nullprovision) und die damit einhergehenden Auswirkungen auf den Reisebürovertrieb allerdings ebenfalls Beachtung finden sollten, folgt hier ein Exkurs zum derzeitigen Entwicklungsstand von unterstützender Software im „Nur-Flug“-Bereich:

Ein Beispiel hierfür ist das Produkt „Mercado Air“, eine Online-Plattform, welche von dem Softwareanbieter InteRes angeboten wird.¹³⁶

Über die graphische Benutzeroberfläche können sämtliche verfügbaren Tarife von Linien-, Charter- und Low Cost Airlines abgerufen werden. Dabei werden die buchbaren Tarife Airline-übergreifend dargestellt, so dass die einzelne Abfrage von verschiedenen Airlines mit dem gleichen Streckenangebot entfällt.¹³⁷

¹³⁵ Diese Erkenntnisse stammen aus zahlreichen Gesprächen mit den Systemanbietern.

¹³⁶ Vgl. InteRes, 2004a, o.S.

¹³⁷ Vgl. InteRes, 2004b, o.S.

Mercado Air ist eine internetbasierte Anwendung und kann somit über jeden Computer mit Internetanschluss genutzt werden. Ebenfalls ist die Abwicklung von Serviceentgelten integriert. Jedes Reisebüro kann folglich eigene Kalkulationen für Servicegebühren und Provisionen im System hinterlegen.¹³⁸

Eine ähnliche Lösung bietet das Unternehmen *partnerssoftware* mit dem Produkt TRIP.ONE an, bei welchem es sich ebenfalls um eine Buchungsmaschine für Linien-, Low Cost- und Charterflüge unter einer einheitlichen Benutzeroberfläche handelt. Das Produkt verspricht dadurch Prozesskosten zu sparen, indem die Vakanz- und Tarifabfrage in einem durchgeführt werden kann. Außerdem entfällt der wechselnde Einsatz von unterschiedlichen Systemen zur Abfrage der verschiedenen Airlines.¹³⁹

MySabre+merlin bietet unter dem Namen „Flight Express“ ein vergleichbares Tool an. Das webbasierte Vergleichssystem stellt die Preise von im CRS gelisteten Fluggesellschaften sowie von acht verschiedenen Consolidators dar. Außerdem sucht Flight Express die Websites der Low Cost Carrier nach Tarifen ab. Alle Tarife werden dabei auf Verfügbarkeit geprüft und inklusive der gesetzten Service Fee angezeigt.¹⁴⁰

Die Amadeus Germany GmbH führte ebenfalls zum Start der Nullprovision der Lufthansa am 01.09.2004, ein kostenfreies, webbasiertes Produkt ein, welches zusätzlich zur neuen CRS-Version Amadeus Vista genutzt werden kann. Die neue Internet Booking Engine „Amadeus Fare Wizard“ liefert mit einer Abfrage eine übergreifende Darstellung aller verfügbaren veröffentlichten Consolidator-, Nego Fares-, Charter- und aus Amadeus stammenden Low Cost-Tarife.¹⁴¹ Der integrierte „Pro-Fee“-Manager schlägt dabei die vom Reisebüro hinterlegte Servicegebühr entsprechend der abgefragten Kombination aus Strecke, Tarif und Airline, auf den Ticketpreis auf.¹⁴²

Des Weiteren plant Amadeus Germany ein Beratungstool auf den Markt zu bringen, welches die Leistungen von Bahn und Fluggesellschaften hinsichtlich

¹³⁸ Vgl. InteRes, 2004b, o.S.

¹³⁹ Vgl. *partnerssoftware*, 2004, o.S

¹⁴⁰ Vgl. Jegminat / Schäfer, 2004, S. 58-60.

¹⁴¹ Vgl. FVW 2004a, o.S. Vgl. auch Jegminat / Schäfer, 2004, S. 58-60.

¹⁴² Vgl. o.V., 2004, S.37. Vgl. auch Jegminat / Schäfer, 2004, S. 58-60.

des Preises (einschließlich Anreise zum Flughafen) und der Reisezeit, vergleicht. Das Produkt „Train or Plane“ soll im Oktober 2004 auf den Markt kommen.¹⁴³

3.3.4 Bessere Beratungsleistung durch „Content“

Die meisten Vertriebsunterstützungssysteme stellen einen Zugriff auf umfangreichen touristischen Content zur Verfügung, welcher dem Expedienten eine kundengerechte Beratung erleichtern soll.

„...Content umfasst .. im Wesentlichen Texte, Bilder, Grafiken, Video- und Soundfiles oder andere beliebige Files (z.B. Download-Angebote)...“¹⁴⁴

Im Falle von BistroPortal sind einige zusätzliche Informationen wie Regionsinfos und Klimadaten bereits integriert, d.h. sie werden vom Systemanbieter TravelTainment mitgeliefert. Wie viele Mitbewerber greift TravelTainment zusätzlich per Schnittstellen auf die Katalogdaten von GIATA zu (siehe Darstellung 5, S. 39). Reisebüros können unter Zahlung einer monatlichen Lizenzgebühr ab € 9,90 an GIATA den Zugriff auf die Katalogdaten optional in Anspruch nehmen.¹⁴⁵

GIATA steht für Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung interaktiver Tourismusanwendungen und wurde 1996 gegründet. Die Gesellschaft erstellt, verwaltet und vermarktet die digitalen Bild- und Textarchive aller großen deutschen Reiseveranstalter wie TUI, Thomas Cook und der Rewe Gruppe.¹⁴⁶

Insgesamt nutzen derzeit 11.000 Reisebüros die elektronischen Kataloge von GIATA.¹⁴⁷

¹⁴³ Vgl. FVW, 2004b, o.S.

¹⁴⁴ Jaspersen/ Schulze, 2002, S. 192.

¹⁴⁵ Vgl. Aru, 2004, o.S.

¹⁴⁶ Vgl. GIATA, 2004a. o.S.

¹⁴⁷ Vgl. Aru, 2004, o.S.

Der Zugriff auf die Daten ist entweder durch einen passwortgeschützten Zugang über das Internet (Produkt „Extranet“)¹⁴⁸ oder mittels CD-ROM erhältlich.¹⁴⁹

GIATA bietet mehr als 40.000 Hotels mit rechtsverbindlichen Beschreibungen und 250.000 Hotelbildern.¹⁵⁰ Rechtsverbindlich bedeutet, dass sobald ein Expedient im Vertriebsunterstützungssystem ein Angebot anklickt, um sich durch GIATA Bilder und Texte anzeigen zu lassen, ausschließlich die Originaltexte und -bilder des jeweiligen Veranstalters angezeigt werden, von dem das selektierte Angebot stammt. Dies soll das vermittelnde Reisebüro vor falschen Aussagen gegenüber dem Kunden schützen, welche im Ernstfall zu rechtlichen Ansprüchen gegenüber dem Vermittler führen können.¹⁵¹

Diese Aussage stützt ein Blick in das Reisevermittlungsrecht, wo es heißt: „Eine schuldhafte Pflichtverletzung ist .. bei **unzutreffenden Zusicherungen** über den Prospekt hinaus anzunehmen. Wenn etwa Zusicherungen über die Beschaffenheit des Zimmers gemacht werden und der Kunde dabei den Eindruck gewinnen darf, das Reisebüro gebe die Erklärung in eigener Sachkunde ab, liegt ein Haftungsfall vor.“¹⁵²

Des Weiteren bietet GIATA Landkarten und Beschreibungen zu den Zielgebieten, Marco-Polo-Führer zu den Hotels, aktuelle Klimadaten und Informationen zu Ein- und Ausreisebestimmungen.¹⁵³ Panoramabilder von einer Vielzahl von Hotelanlagen, welche einen virtuellen Rundgang durch die Hotels ermöglichen, sind ebenfalls verfügbar.¹⁵⁴

Über die integrierte E-Mail-Funktion lassen sich Angebote direkt an den Kunden versenden. Auch können ausgewählte Texte und Bilder mit dem aktuellen Preis

¹⁴⁸ Vgl. GIATA, 2004b, o.S.

¹⁴⁹ Vgl. GIATA, 2004c, o.S.

¹⁵⁰ Vgl. GIATA, 2004b, o.S.

¹⁵¹ Vgl. Aru, 2004, o.S.

¹⁵² § 581b Abs. 1 Reisevermittlungsrecht.

¹⁵³ Vgl. GIATA, 2004c, o.S.

¹⁵⁴ Vgl. GIATA, 2004d, o.S.

auf einem PDF zusammengefasst und für den Kunden ausgedruckt werden. Auch die Katalogseiten stehen als PDF zum Ausdruck zur Verfügung.¹⁵⁵

Die online basierte Version wurde seit August 2004 durch die ExpressSuche, eine Art Suchmaschine für Reisen, erweitert. Mit Hilfe von Volltextsuche oder einfachen Schlagworten listet das System dazu alle ihm bekannten Reiseangebote auf. Gibt der Expedient z.B. den Suchbegriff „Fischland-Darss“ ein, erscheinen ohne Verzögerung alle Angebote in denen das Wort „Fischland-Darss“ vorkommt. Das gleiche Prinzip lässt sich auch auf die Suche nach Rundreisen anwenden. Auch hier gibt der Expedient z.B. eine Station der gesuchten Rundreise ein und erhält alle dazu hinterlegten Reiseangebote, versehen mit Katalogdetails des jeweiligen Veranstalters und dem Buchungscode.¹⁵⁶

Darstellung 7: GIATA-Express Suche

Startseite ExpressSuche Katalogsuche Zielgebietsuche Buchungscodesuche GIATA									
Ihr Suchwunsch war: - Veranstaltercode = Alle Veranstalter - Volltextsuche = Fischland Darss				Es wurden 20 Hotels gefunden Objekte 1-20 von 20					
Nr.	Hotellname	Kategorie	Veranstalter	Katalog	Stadt	Land / Zielgebiet	Bild- / Preisseite	EDV Code	GIATAID
1	Ferienresidenz Komoran		Eigenanreise Sommer 2004		Prerow	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	32/ 10	D3002	15495
... traumhafter Landschaft. Lage: Auf der reizvollen Halbinsel Fischland-Darss-Zingst gelegen. Der Ortskern des romantischen Ostseebads Prerow...									
2	Ferienresidenz Komoran		Eigenanreise - Österreich, Deutschland... Winter 2004/2005		Prerow	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	167/ 81	D3002	15495
... Lage: Auf der reizvollen Halbinsel Fischland-Darss-Zingst gelegen. Der Ortskern des romantischen Ostseebads Prerow ist ca. 1,5 km entfernt...									
3	Autorenreise Auf den Spuren der Hanse		ADAC REISEN		Wismar	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	167/ 0	RL02099 A4	0
Europa erfahren - Ferienhotels, Autounreisen 2004									
4	OSTSEE-ADRESEN Lübeck - Stralsund		AMEROPA		Lübeck	Deutschland Schleswig-Holstein	10/ 0	272531	0
Aktiv und fit - März bis Oktober 2004									
5	Kreuzfahrt mit der MS Swiss Coral, Berlin - Stralsund		DEUTSCH		Berlin	Deutschland Berlin	24/ 25	CR520000 SF	0
Flusskreuzfahrten 20.3.2004 - 3.11.2004									
6	Ostsee-Radweg und Insel Radweg		DEUTSCH		Stralsund	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	73/ 0	ZSX01425 SP	0
Diese Radtour ist kombinierbar mit den Radtouren Rügen, Darss-Fischland sowie Ostsee-Radweg von Lübeck bis Stralsund. ...									
7	Darß - Fischland		DEUTSCH		Stralsund	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	73/ 0	ZSX10420 SP	0
nach Prerow (Museum, Kirche mit Kapitänsgärten). 4. Tag Fischland 45-55 km: Durch den Darsser Unwald nach Born und über...									
8	Ostsee-Küstenradweg Teil II Lübeck-Stralsund		DEUTSCH		Lübeck	Deutschland Schleswig-Holstein	71/ 0	LBC01425 SP	0
... und über das Hinterland Warnemünde erreichen. 5. Tag Fischland/Darss 48 km: Ein Bummel entlang der Warnow, die in...									
9	Mecklenburger Ostsee		DEUTSCH		Schwerin	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	66/ 0	LBC01420 SP	0
... beginnt die Reise und geht an der Ostseeküste entlang bis zum Fischland und Darss . Eine Boddenfahrt und die mecklenburgischen Binnenseen...									
10	Parkhotel Schloss Schermin		DEUTSCH		Schermin	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	62/ 0	RL070101 OA	35716
... und nur 30 Autominuten von den feinsandigen Stränden der Halbinsel Fischland-Darss-Zingst entfernt. Das 1846 auf den Fundamenten einer alten...									
11	Hotel "Die kleine Sonne"		DEUTSCH		Rostock	Deutschland Mecklenburg-Vorpommern	60/ 0	RL020115 PH	52551
Deutschland 01.01.2004 - 31.12.2004									

Quelle: GIATA-Testzugang, 2004, o.S.

¹⁵⁵ Vgl. GIATA, 2004b, o.S.

¹⁵⁶ Vgl. Aru, 2004, o.S.

Ein weiteres Unternehmen, welches Informationen für Reisemittler aufbereitet und zusammenstellt, ist das Unternehmen TIP, welches 1993 von der Europäischen Reiseversicherung AG und der deutschen Akademie für Flugmedizin (ein Beteiligungsunternehmen der Deutschen Lufthansa) gegründet wurde. TIP steht für Touristik-Informationen-Programme und soll Reisebüromitarbeitern eine aktuelle touristische Informationsquelle bieten, damit diese ihrer Informationspflicht gegenüber dem Kunden gerecht werden können.¹⁵⁷ Über eine Schnittstelle zum Produkt profiTIP verfügt beispielsweise das CRS MySabre+merlin.¹⁵⁸

In der TIP-Länderdatenbank findet der Expedient Informationen zu:¹⁵⁹

- Ein- und Durchreisebestimmungen für alle Nationalitäten
- Impf- und Gesundheitsbestimmungen
- Sicherheitshinweise
- Diplomatische und konsularische Vertretungen
- Devisenbestimmungen / Währungsrechner
- Reisewege und Fahrtkosten
- Aufenthalt und Klima / Wetter
- Zollbestimmungen
- Geschäftsreisen
- Auskunftstellen

Das Produkt profiTIP ermöglicht eine dynamische Abfrage der Einreisebestimmungen. Jede Nationalität lässt sich mit dem gewünschten Ziel- und Transitland verknüpfen und die jeweiligen Einreisebestimmungen sind sofort ersichtlich. Antragsformulare für weltweite Visa sind auf der Homepage zum Download hinterlegt.¹⁶⁰

¹⁵⁷ Vgl. TIP, 2004b, o.S.

¹⁵⁸ Vgl. MySabre+merlin, 2004g, o.S.

¹⁵⁹ Vgl. TIP, 2004a, o.S.

¹⁶⁰ Vgl. TIP, 2004c, o.S.

3.3.5 Vorteile von Vertriebsunterstützungssystemen

Besonders klar treten die Vorteile von Vertriebsunterstützungssystemen hinsichtlich der ermöglichten Zeitersparnis hervor. Der Expedient kann bereits während der Bedarfserfassung die entsprechenden Eingaben im System vornehmen. Durch die übersichtliche und transparente Darstellung der Angebote einer Vielzahl verschiedener Reiseveranstalter, können dem Kunden weitaus schneller bedarfsgerechte Angebote gemacht werden, als dies mit der herkömmlichen Methode des „Katalogewälzens“ möglich wäre. So spart der Expedient wertvolle Zeit und kann sich weitaus besser auf seine Kerntätigkeit, das Beratungsgespräch, konzentrieren.

Dabei kann er durch den leichten Zugriff auf zusätzliche Informationen das Kundengespräch professionell gestalten. Informationen wie z.B. zu den Einreisebestimmungen müssen nicht mehr umständlich nachgeschlagen werden, sondern sind mit wenigen Klicks abrufbar. Ebenso verhält es sich mit Informationen zu den Destinationen, demzufolge kann jeder Reisebüromitarbeiter auch ohne umfassende Kenntnisse zu einem bestimmten Zielgebiet den Kunden ausführlich beraten. Die Beratung gewinnt folglich an Qualität, was sich letztendlich positiv auf die für Reisebüros so wichtig gewordene Kundenbindung auswirkt.

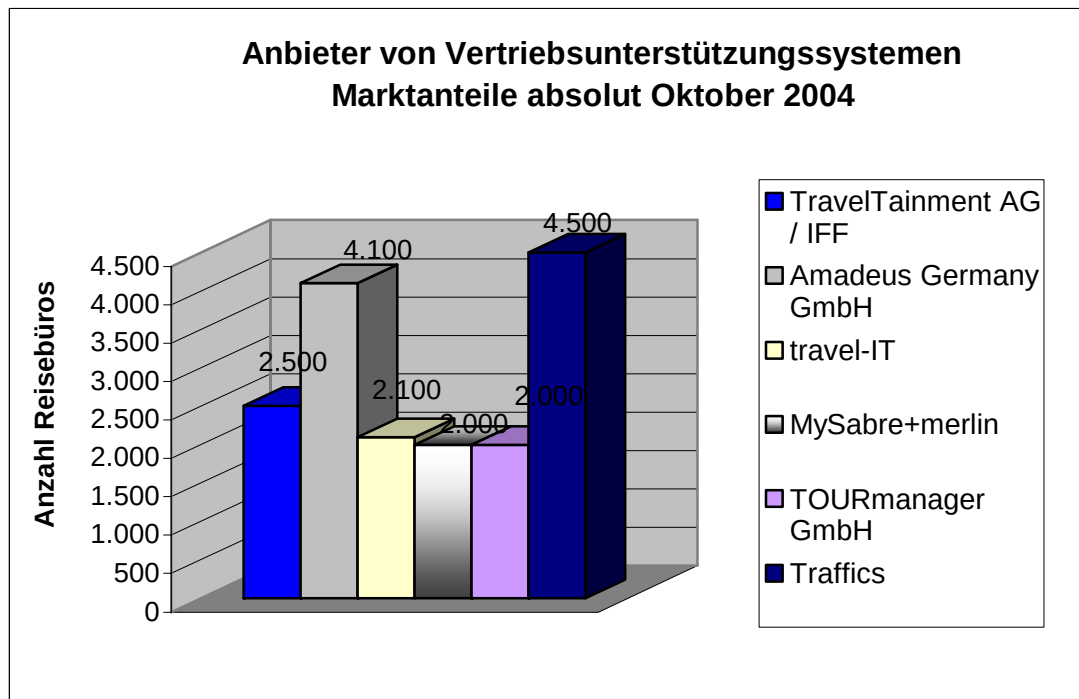
Die Systeme verfügen generell über graphische Benutzeroberflächen, welche sehr einfach aufgebaut und selbsterklärend sind. Daher entfallen zeitaufwändige und kostenintensive Schulungen. Ebenfalls verkürzt sich die Einarbeitungszeit neuer Expedienten erheblich, so dass sich auch hier ein Einsparungseffekt im Hinblick auf die Kosten zeigt, da ein schneller eingearbeiteter Expedient entsprechend früher zur Umsatzgenerierung beitragen kann.

Das Vorhandensein einer Vertriebssteuerungsmöglichkeit ist ebenfalls ein wesentlicher Faktor, welcher entscheidend zu einer positiven Umsatz- und damit Ergebnisentwicklung beiträgt. Durch entsprechende Einstellungen können Super- bzw. Zusatzprovisionen leichter erreicht werden.¹⁶¹

¹⁶¹ Diese Erkenntnisse stammen aus zahlreichen Gesprächen mit den Systemanbietern.

4 MARKTÜBERBLICK VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNGSSYSTEME

Nach Angaben der IT-Anbieter verteilen sich die Nutzerzahlen der einzelnen Vertriebsunterstützungssysteme folgendermaßen:



Darstellung 8: Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen - Marktanteile absolut, Oktober 2004. Quelle: Eigene Darstellung.

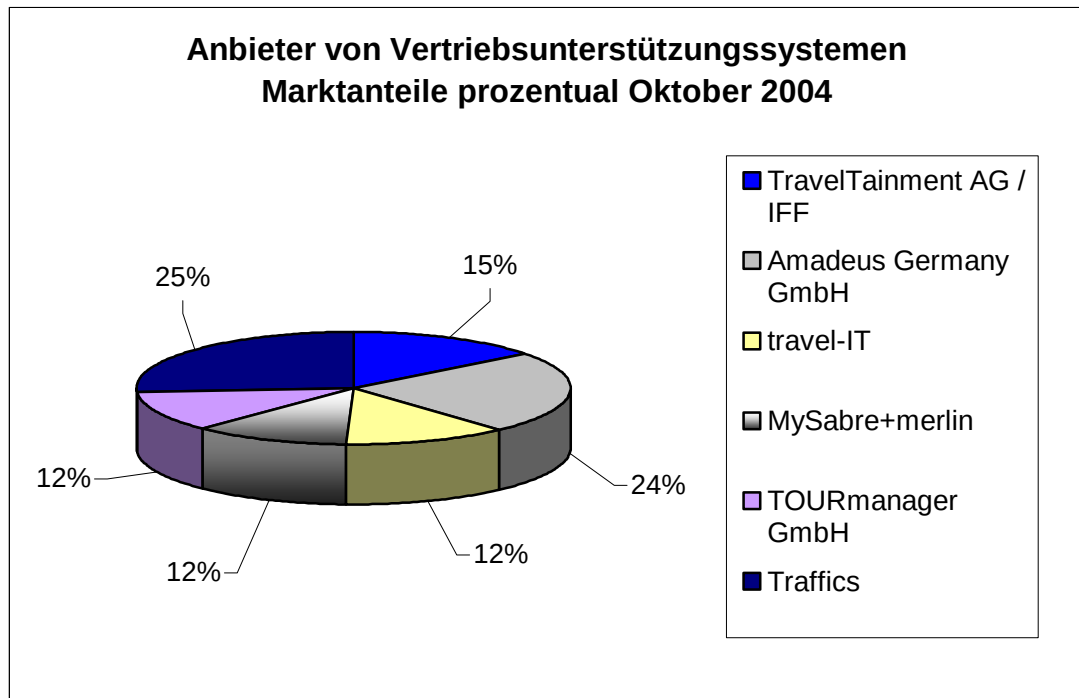
Zu beachten ist, dass sich die Zahlen der Amadeus Germany GmbH auf die Anzahl der Installationen des CRS Amadeus Vista beziehen. Amadeus Vista wird in vier Produktvarianten angeboten, wobei in der Variante „Amadeus Vista Leisure Pack“ Destino bereits enthalten ist, während das Vertriebsunterstützungssystem zu den anderen Produktvarianten optional angeboten wird.¹⁶² Leider liegt die tatsächliche Anzahl der Amadeus Vista Nutzer mit Destino-Modul nicht vor. Es ist folglich davon auszugehen, dass die tatsächliche Anzahl der Destino-Nutzer niedriger liegt als in obiger Graphik dargestellt.

Ähnlich verhält es sich mit der Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH. Die Angabe der Nutzerzahlen bezieht sich auf die gesamte Kundenanzahl des Unternehmens. Hier liegen in erster Linie Verträge vor, welche die

¹⁶² Vgl. Amadeus, 2004c, o.S.

Gestaltung des Internetauftritts bzw. die Nutzung der IBE von Traffics betreffen. Das Vertriebsunterstützungssystem TravelFoxx kann dazu optional frei geschaltet werden. Leider liegen auch hierzu keine genauen Zahlen vor.¹⁶³

Prozentual stellen sich die Marktanteile wie folgt dar:



Darstellung 9: Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen - Marktanteile prozentual Oktober 2004. Quelle: Eigene Darstellung.

Zu erwähnen ist außerdem, dass die TravelTainment AG derzeit in Vertragsverhandlungen mit Reisebüroketten und –kooperationen steht, wodurch in weiteren 7.500 Reisebüros das Vertriebsunterstützungssystem BistroPortal installiert werden könnte.¹⁶⁴

Der Deutsche Reisebüro und Reiseveranstalter Verband e.V. (DRV) veröffentlicht in „Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt 2004“ folgende Zahlen bezüglich der Reisevermittlungsstellen in Deutschland:

¹⁶³ Vgl. Gute, 2004, o.S.

¹⁶⁴ Vgl. Marx, 2004, S.14-15. Vgl auch Jade, 2004, o.S.

Reisevermittlungsstellen in Deutschland 2003	
Klassische Reisebüros (Reisebüros mit mindestens einer Veranstalter- und einer Verkehrsträgerlizenz)	3.970
Business Travel (Reisebüros/ Dienstleister/ Betriebsstellen eines Firmenreisedienstes, die überwiegend Dienstreise- und Geschäftsreisekunden abwickeln)	1.044
Touristische Reisebüros (Reisebüros mit mindestens zwei Veranstalterlizenzen, ohne Verkehrsträgerlizenz)	8.739
Sonstige Buchungsstellen (Reisevermittlungsstellen, mit nur einer Veranstalterlizenz, deren sonstige Erwerbsquellen nicht bekannt sind. Vermutlich Nebenerwerb sowie Unteragenturen.	3.390
Vertriebsstellen gesamt	17.143

Darstellung 10: Reisevermittlungsstellen in Deutschland 2003. Quelle: In Anlehnung an DRV, 2004, o.S.

Der Kernmarkt für die Anbieter von Vertriebsunterstützungssystemen bezieht sich in erste Linie auf die klassischen und touristischen Reisebüros, weniger auf die Business Travel Vertriebsstellen und sonstigen Buchungsstellen. Als sonstige Buchungsstellen gelten Reisevermittlungsstellen mit nur einer Veranstalterlizenz, wodurch ein Vergleichssystem überflüssig wird. Business Travel Vertriebsstellen bedienen, wie schon am Namen erkennbar, ein anderes Segment, auch hier sind Vertriebsunterstützungssysteme generell nicht notwendig. Somit bleibt eine Anzahl von insgesamt 12.709 Reisebüros, bei denen Bedarf nach solch einem System besteht.

Obwohl einige Reisebüros mit zwei oder mehr Vertriebsunterstützungssystemen arbeiten, wird es demnach zu einer deutlichen Verschiebung der Marktanteile kommen, sollten die derzeitigen Vertragsverhandlungen der Travel-Tainment AG zu einem positiven Ergebnis führen.

Nachfolgend werden die einzelnen Systemanbieter mit ihren Produkten vorgestellt und so versucht einen Überblick über die Systemfunktionen zu geben.



4.1 TravelTainment AG – BistroPortal

Bereits im Jahre 1993 wurde „Bistro Classic“ als eines der ersten Vertriebsunterstützungssysteme durch das Bochumer Institut für Freizeitanalysen (IFF) eingeführt. Zu diesem Zeitpunkt basierte das System noch auf CD-ROM und wurde in regelmäßigen Abständen durch die Auslieferung von neuen CD-ROM-Versionen aktualisiert. Mittlerweile existiert dieses Produkt ebenfalls als internetbasierte Version. Die neue Produktversion nennt sich BistroPortal.¹⁶⁵

IFF wurde Anfang Juli 2004 von dem Aachener Content und Service Provider, der TravelTainment AG, vollständig übernommen.¹⁶⁶ TravelTainment ist der Entwickler der TravelTainment-Internet Booking Engine (TT-IBE), einer Online-Buchungsmaschine für Pauschal- und Last-Minute-Reisen, die von ca. 70 Kunden, unter anderem von den bekannten Portalen wie Expedia, Opodo und Bahn.de genutzt wird.¹⁶⁷

Durch die Verschmelzung von „Bistro Classic“ mit der „TT-IBE“ zu BistroPortal (Beratungs- und Informations-System für touristische Reiseofferten¹⁶⁸) entstand ein Beratungs- und Buchungswerkzeug für den Counter, welches im Juli 2004 auf dem Markt eingeführt wurde.¹⁶⁹ Momentan nutzen aktiv 2.500 Reisebüros BistroPortal. Es werden Verhandlungen mit Kooperationen und Ketten geführt, was zu einer Einführung von BistroPortal in weiteren 7.500 Reisebüros führen könnte.¹⁷⁰

Mit BistroPortal haben Expedienten über Internet direkten Zugriff auf ca. 1,2 Milliarden Angebotsdaten. Dies sind neben den Veranstalterkatalogdaten ebenfalls Last-Minute-Daten im INFX-Format. Neben dem Vertriebsunterstützungssystem TOURmanager bietet BistroPortal als einziges Vertriebsunterstützungssystem Zugriff auf die Katalogpauschaldaten der TUI.

¹⁶⁵ Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁶⁶ Vgl. Rogl, 2004a, S. 14.

¹⁶⁷ Vgl. Becker, 2004b, S. 40-41.

¹⁶⁸ Vgl. IFF, 2004, o.S.

¹⁶⁹ Vgl. Becker, 2004b, S. 40-41.

¹⁷⁰ Vgl. Marx, 2004, S. 14-15., Vgl. auch Jade, 2004, o.S.

Genutzt wird BistroPortal vor allem von Reisebüroketten bzw. Reisebürokooperationen wie z.B. den Reisebüros der TUI- und Rewe-Kette, der Karstadt Quelle AG sowie der QTA-Kooperation.¹⁷¹

Für die Nutzung von BistroPortal fallen keine Installationskosten an. Der Monatsbeitrag bei Reisebüros mit bis zu fünf Terminals beträgt € 75,-.¹⁷²

Die Arbeitsoberfläche von BistroPortal ist in vier Bereiche unterteilt:¹⁷³

- Bereich 1: Eingabebereich
- Bereich 2: Ergebnisliste der Zielgebiete
- Bereich 3: Ergebnisliste der Hotels
- Bereich 4: Ergebnisliste der Angebote

Über die Angebotsdatenbank von BistroPortal kann entweder nach Pauschalreiseangeboten und / oder Last-Minute-Angeboten gesucht werden. Des Weiteren ist eine Suche nach reinen Charterflug- oder Hotelangeboten möglich.¹⁷⁴

Das System bietet verschiedene Eingabemöglichkeiten, durch welche die Suche nach Angeboten eingeschränkt werden kann. Dies sind unter anderem der Abflug- und der Zielflughafen. Es können mehrere (durch ein Komma getrennte) Abflughäfen als 3-Letter-Code oder in Form einer Postleitzahl eingegeben werden. Die Eingabe des Zielflughafens erfolgt in Form eines 3-Letter-Codes.¹⁷⁵ Optional können beide Felder offen gelassen werden, was zur Folge hat, dass das System bei der Angebotsdarstellung weniger eingeschränkt ist und Angebote zu allen verfügbaren Flügen anzeigt.

¹⁷¹ Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁷² Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁷³ Vgl. BistroPortal Kurzanleitung, 2004, S. 7.

¹⁷⁴ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁷⁵ Vgl. BistroPortal Kurzanleitung, 2004, S. 7.

Darstellung 11: BistroPortal Arbeitoberfläche

bistroportal - TravelTainment AG - 2.1

☒ Lastminute
☐ Pauschal
☐ Charter
☐ Nur Hotel

Abflughafen / Plz: FRA
 Reisezeitraum: 001204
 Veranstalter:

Ziellughafen:

Tage: 14
 Erwachsene: 2 Erw.
 Alter Kinder: 0 0

Zimmer: egal
 Sterne: 0
 Hotelname:

☐ Speziell für Kinder
☐ Direkte Strandlage
☐ Großes Sportfeld
☐ Wellness-Fitness
☐ weitere Attribute

Eingaben leeren Angebote suchen

Bereich 1

Regionen

Region	Reiseziel	Ziel	€	Hot.	%
Türkei	Side & Alanya	AYT	274,-	22	100
Tunesien, Marokko	Monastir	MIR	315,-	1	100
Portugal	Algarve	FAO	331,-	16	100
Türkei	Kemer & Beidibi	AYT	370,-	11	100
Tunesien, Marokko	Hammamet	MIR	305,-	2	100
Balearen	Mallorca	PMI	391,-	13	100
Türkei	Antalya & Belek	AYT	434,-	3	100
Spanisches Festland	Teneriffa	TFS	633,-	2	100
Griechische Inseln, Zypern	Mykonos	JMK	1029,-	15	100
Gran Canaria	Lanzarote	ACE	482,-	30	100
Gran Canaria	La Palma	SPC	495,-	39	100
Spanisches Festland	Golf von Almeria	LEI	534,-	3	100
Spanisches Festland	Teneriffa	TFS	633,-	2	100
Gran Canaria	Malta	MLA	636,-	1	100
Gran Canaria	La Gomera	TFN	701,-	6	100
Asien	Sri Lanka	CMB	959,-	11	100

Bereich 2

Hotels - Gran Canaria

VAs	Hotel	Ziel	Zielort	Top Angebot	Tg	€	Kl	ST	SP	WE	%
0/2	Duna Beach	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU U	14	450,-	+	+	+	100
0/4	Duna Flor	LPA	Maspalomas	3.0	FLY LP U	14	468,-	+	+	+	100
0/1	Tagoror	LPA	Playa Del Ingles	2.0	FLY AP U	14	488,-	+	+	+	100
0/1	Los Patios	LPA	Bahia Feliz	3.0	FLY AP U	14	500,-	+	+	+	100
0/1	Las Dunas	LPA	Playa Del Ingles	2.0	FLY AP U	14	516,-	+	+	+	100
0/1	Las Arenas	LPA	Playa Del Ingles	2.0	FLY ST U	14	516,-	+	+	+	100
0/2	Los Salomones	LPA	Playa Del Ingles	2.5	FLY AP U	14	530,-	+	+	+	100
0/3	Flamboyant	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY AP U	14	530,-	+	+	+	100
0/3	Las Faluas	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY AP U	14	530,-	+	+	+	100
0/1	Los Ficus	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY AP U	14	544,-	+	+	+	100
0/1	Paraiso Tropical	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU U	14	551,-	+	+	+	100
0/1	Las Gondolas	LPA	Playa Del Ingles	2.0	FLY AP U	14	558,-	+	+	+	100
0/2	Parque Paraiso II	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY BU U	14	576,-	+	+	+	100
0/2	Parque Paraiso I	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY BU U	14	580,-	+	+	+	100
0/1	Paraiso Maspalomas	LPA	Playa Del Ingles	3.0	SLR AP U	14	594,-	+	+	+	100
0/1	Los Lunos	LPA	Maspalomas	2.0	SLR BU U	14	612,-	+	+	+	100
0/1	Australia	LPA	Playa Del Ingles	2.0	SLR AP U	14	612,-	+	+	+	100
0/1	El Palmeral	LPA	Maspalomas Internacional	2.0	SLR BU U	14	612,-	+	+	+	100
0/3	Bali Flor Parque Bali & Playa	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU HP	14	614,-	+	+	+	100
0/1	Atlandia I	LPA	Playa Del Ingles	2.0	SLR BU U	14	620,-	+	+	+	100
0/1	Atlandia II	LPA	Maspalomas Internacional	2.0	SLR AP U	14	626,-	+	+	+	100
0/1	Terraford Park & San Valentin II	LPA	Playa Del Ingles	3.0	SLR ST U	14	639,-	+	+	+	100
0/1	Las Vegas Golf	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU HP	14	642,-	+	+	+	100
0/5	Colorado Golf	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU HP	14	642,-	+	+	+	100
0/2	Sonora Golf	LPA	Maspalomas Internacional	3.0	FLY BU HP	14	646,-	+	+	+	100
0/2	Green Golf	LPA	Playa Del Ingles	3.0	FLY LP HP	14	646,-	+	+	+	100
0/2	Green Sea	LPA	Playa Del Ingles	3.0	SLR ST HP	14	660,-	+	+	+	100
0/1	Maspalomas Club I	LPA	Maspalomas Internacional	2.0	SLR BU U	14	664,-	+	+	+	100
0/1	Iguazu	LPA	Playa Del Ingles	2.0	SLR AP U	14	664,-	+	+	+	100
0/1	Oasis Maspalomas Haus Sol / LPA	Maspalomas	Maspalomas	2.0	SLR AP U	14	668,-	+	+	+	100

Bereich 3

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			942,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1054,-	L	99

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			942,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1054,-	L	99

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			942,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1054,-	L	99

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			942,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1054,-	L	99

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			942,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1054,-	L	99

Bereich 4

Reiseplan

VA	Ta	Datum	Tg	Ab	Zimmer	V	MB	Ext	€	AT	%
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	U			590,-	L	100
LY	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow mit 1 Schlafzimmer	HP			744,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			627,-	L	100
SLR	Mi	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1023,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			813,-	L	100
SLR	Do	08.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	100
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			801,-	L	99
SLR	Di	07.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1009,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			654,-	L	99
FLY	Fr	10.12.04	14	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	HP			1005,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	13	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			760,-	L	99
SLR	Mi	08.12.04	15	FRA	Bungalow 1 Schlafzimmer	U			844,-	L	99
SLR	Mi										

Ebenfalls im Eingabebereich befinden sich Pull-down-Menüs, über welche die Verpflegung und die gewünschte Zimmerart ausgewählt werden können. Auch die gewünschte Hotelkategorie kann durch Eingabe der Sterne festgelegt werden. Äußert der Kunde einen speziellen Hotelwunsch, können durch Eingabe des Hotelnamens speziell zu diesem Hotel Angebote gesucht werden. BistroPortal stellt dabei auch Hotels zur Auswahl, deren Schreibweise dem eingegebenen Suchbegriff ähnelt (Ähnlichkeitssuche). Alternativ kann der Veranstalter-Code für das gesuchte Hotel eingegeben werden.¹⁷⁸

Die Hotelkriterien „speziell für Kinder“, „direkte Strandlage“, „großes Sportangebot“ und „Wellness-Fitness“ stehen zur Auswahl, um spezielle Kundenwünsche zu berücksichtigen bzw. die Angebotsdarstellung entsprechend einzuschränken.¹⁷⁹

Ende September 2004 wurden diese Auswahlmöglichkeiten erweitert. Durch einen Klick auf den Button „weitere Attribute“ können weitere Hotel- sowie Wellness-Attribute bei der Angebotssuche hinterlegt werden, wie die folgenden beiden Darstellungen verdeutlichen sollen.¹⁸⁰

¹⁷⁸ Vgl. BistroPortal Kurzanleitung, 2004, S. 7.

¹⁷⁹ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁸⁰ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Darstellung 12a: BistroPortal „Weitere Attribute“ – Hotelattribute

bistroportal - TravelTainment AG - 2.1

Datei Bearbeiten

Kunde 1

☒ Lastminute
☒ Pauschal
☐ Charter
☐ Nur Hotel

Hotelattribute:

Zielgebiete

Regio

Arab. Halbinsel,
Kanaren
Arab. Halbinsel,
Asien
Thailand
Mittelamerika
Mittelamerika
Arab. Halbinsel,
Asien
Afrika
Karibik

Angebote - Je

VA	Ta	Datum
TUI	Mi	03.11.0
TUI	Fr	05.11.0
TUI	Sa	06.11.0
TUI	Mi	10.11.0
TUI	Fr	12.11.0
TUI	Sa	13.11.0

Bereit: diverse Agenturen

weitere Hotelattribute

Hotelattribute | Wellnessattribute

Spa

☐ Dampf- und Aromabäder
☐ Bäder und Becken
☐ Gesichtsbehandlung
☐ Wannenbäder
☐ Spa- und Badelandschaften
☐ Sauna
☐ Duschen

Beauty

☐ Ritualbäder
☐ Körper-Behandlungen
☐ Kosmetische Beratung
☐ (Hamam, Rasul, Serail)
☐ Anti-Age-Behandlungen
☐ Fitness und Kraft

Fitness

☐ Sporteinrichtungen
☐ Check-ups/Tests
☐ Entspannungsmethoden
☐ Gymnastik
☐ Fitness-Beratung
☐ Dehnen und Atmen
☐ Fitness im Wasser
☐ Massage
☐ Training für Figur

Gesundheit

☐ Anti-Nikotin
☐ Ernährung
☐ Kuren
☐ Gesundheits-Beratung/
Schulung
☐ Medizinische Behandlung
☐ Naturheilkunde

Relax

☐ Medizinische Therapien
☐ Entspannungsangebote

Sonstige

☐ Thalasso
☐ Ayurveda

Eingaben leeren OK Abbrechen

leeren
suchen
Aktualisieren

€	K	S	S	W	%
9	+	+	+	+	10
8	+	+	+	+	10
7	+	+	+	+	10
6	+	+	+	+	10
5	+	+	+	+	10
4	+	+	+	+	10
3	+	+	+	+	10
2	+	+	+	+	10
1	+	+	+	+	10
0	+	+	+	+	10
9	+	+	+	+	10
8	+	+	+	+	10
7	+	+	+	+	99
6	+	+	+	+	99

Darstellung 12b: BistroPortal „Weitere Attribute“ - Wellness-Attribute

bistroportal - TravelTainment AG - 2.1

Datei Bearbeiten

Kunde 1

☒ Lastminute
☒ Pauschal
☐ Charter
☐ Nur Hotel

Hotelattribute:

Zielgebiete

Regio

Arab. Halbinsel,
Kanaren
Arab. Halbinsel,
Asien
Thailand
Mittelamerika
Mittelamerika
Arab. Halbinsel,
Asien
Afrika
Karibik

Angebote - Je

VA	Ta	Datum
TUI	Mi	03.11.0
TUI	Fr	05.11.0
TUI	Sa	06.11.0
TUI	Mi	10.11.0
TUI	Fr	12.11.0
TUI	Sa	13.11.0

Bereit: diverse Agenturen

weitere Hotelattribute

Hotelattribute | Wellnessattribute

Unterkunft

☐ Pool
☐ Hallenbad
☐ Gartenanlage
☐ Arztservice

Sport & Freizeit

☐ Wasserski
☐ Tauchen
☐ Surfen
☐ Segeln
☐ Tennis
☐ Squash
☐ Reiten
☐ Golf
☐ Gymnastik / Fitness / Aerobic
☐ Rad / Mountainbike
☐ Ballspiele
☐ Wandern

Eingaben leeren OK Abbrechen

leeren
suchen
Aktualisieren

€	K	S	S	W	%
9	+	+	+	+	10
8	+	+	+	+	10
7	+	+	+	+	10
6	+	+	+	+	10
5	+	+	+	+	10
4	+	+	+	+	10
3	+	+	+	+	10
2	+	+	+	+	10
1	+	+	+	+	10
0	+	+	+	+	10
9	+	+	+	+	10
8	+	+	+	+	10
7	+	+	+	+	99
6	+	+	+	+	99

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Durch einen Klick auf den Button „Angebote suchen“, wird im Bereich 2 die Ergebnisliste der Zielgebiete dargestellt. Sofern kein Zielflughafen definiert wurde, erscheinen hier mehrere Destinationen zu denen Angebote gefunden wurden. Dabei wird die Destination mit dem günstigsten Angebot und dem gleichzeitig höchsten Wunscherfüllungsgrad (angegeben in Prozent) angezeigt. Der Wunscherfüllungsgrad ergibt sich aus der Übereinstimmung der eingegebenen Kundenwünsche mit dem Leistungsumfang der Angebote.¹⁸¹

Ermöglicht wird dies durch die „Fuzzy-Logik“ der TravelTainment AG. Sind Suchkriterien nicht erfüllbar, sucht das System automatisch nach alternativen Reiseangeboten, z.B. Angebote mit einem alternativen Abflughafen oder einer anderen Verpflegungsleistung. So werden auch Angeboten mit geringfügig abweichenden Kriterien, so z.B. mit einem Wunscherfüllungsgrad von 95%, angezeigt.¹⁸²

Durch einen Klick auf eine der Spalten kann der Expedient auf die Angebotsdarstellung Einfluss nehmen und diese nach einem anderen Kriterium, wie z.B. alphabetisch nach dem Zielflughafen oder der Anzahl der, in einem Zielgebiet gefundenen, Hotels sortieren. Diese Funktion steht in allen Ergebnislisten zur Verfügung.

Per Mausklick auf eine Destination aus der Ergebnisliste der Zielgebiete, erhält der Expedient im Bereich 3 die Ergebnisliste der Hotels zum selektierten Zielgebiet. Auch bei dieser Auflistung werden die Angebote wieder entsprechend dem Wunscherfüllungsgrad sortiert. Weitere Informationen, die in der Hotelergebnisliste dargestellt werden, sind: die Anzahl der Veranstalter, welche das jeweilige Hotel anbietet, der Hotelname, der Zielflughafen, der Zielort, die Anzahl der Sterne und der Angebotspreis. Angebote, welche die vorher selektierbaren Kriterien wie „speziell für Kinder“, „direkte Strandlage“, „großes Sportangebot“ und „Wellness-Fitness“ erfüllen, sind mit einem Plus in der entsprechenden Spalte gekennzeichnet.¹⁸³

¹⁸¹ Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁸² Vgl. Rogl, 2003, S. 28.

¹⁸³ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Mit einem weiteren Klick auf ein Hotel werden die Angebote zu diesem Veranstalterübergreifend in der Ergebnisliste der Angebote (Bereich 4) aufgeführt. Hierbei erfolgt die Darstellung nach dem Schlüssel „Veranstalter mit dem günstigsten Preis“. Somit ist für den Expedienten sofort erkennbar, welcher Reiseveranstalter das beste Preis-/ Leistungsverhältnis bietet. Aufwändige Preisvergleiche mit Hilfe von Katalogen entfallen.¹⁸⁴

Aufgrund der Cache-Funktion, welche die ausgebuchten Angebote im System sperrt, enthält die Ergebnisliste der Angebote fast ausschließlich vakante Angebote. Durch einen Doppelklick auf ein Angebot erscheint ein entsprechendes Hinweisfenster mit Informationen zur Verfügbarkeit und den Flugzeiten. Hier kann in einem Pull-down-Menü das verwendete CRS ausgewählt werden und mit einem Klick auf den Button „Übertragen“ können die Daten zur Buchung in die Buchungsmaske des verwendeten CRS übernommen werden. BistroPortal verfügt über Schnittstellen zu Merlin-Office, Merlin-Web, START-Comfort, START-Webclient und Amadeus Vista.¹⁸⁵

Darstellung 13: BistroPortal Buchungsanfrage eines Angebotes

bistroportal - TravelTainment AG - 2.1

Kunde 1

☒ Lastminute ☒ Pauschal ☐ Charter ☐ Nur Hotel

Abflughafen / Plz: FRA Zielflughafen: Sterne: 4 Zimmer: egal Verpflegung: Halbpension Erwachsene: 2 Erw.

Buchungsanfrage

Überprüfung auf freie Plätze nicht möglich

Mitteilung des Reiseveranstalter TUI:
998 6051 "BA" bei Linienflügen nicht möglich, AKT."BT"(Tagesreservi

Bemerkung des Reiseveranstalter:

Weitere Mitteilungen

aktuelle Reisepreise
1 Person: 1444,- EUR
2 Person: 1444,- EUR
Gesamtpreis: 2888,- EUR

Flugzeiten anzeigen

Angebote - Jebel A

VA	Ta	Datum	Tg	HP	1444	P	100
TUI	Mi	03.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100
TUI	Fr	05.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100
TUI	Sa	06.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100
TUI	Mi	10.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100
TUI	Fr	12.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100
TUI	Sa	13.11.0	7	FRA	Doppelzimmer	HP	1444 P 100

bistroportal
Update starten Infos zum Update

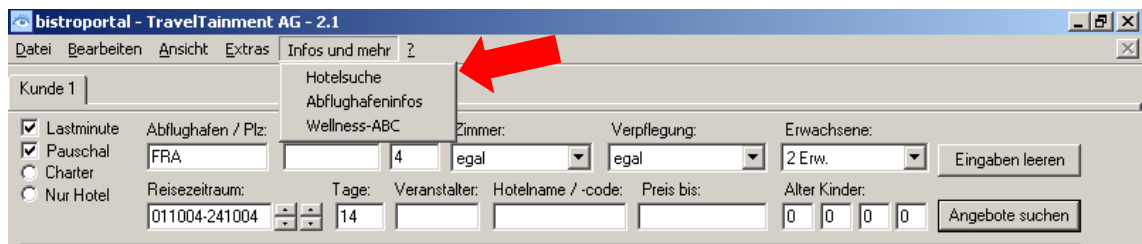
Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁸⁴ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁸⁵ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Um das Verkaufsgespräch professionell gestalten zu können, stehen dem Expedienten vielfältige Funktionen zur Verfügung, zu denen er mit einem Klick auf den Menüpunkt „Infos und mehr“ gelangt.¹⁸⁶

Darstellung 14: BistroPortal Menüpunkt „Infos und mehr“



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Über „Hotelsuche“, kann nach einem bestimmten Hotel gesucht werden.

Darstellung 15: BistroPortal Hotelsuche

Hotel	Ort	Reiseziel	Land
Riu Bali	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Bonanza Park	Illetas	Mallorca: Süden	Spanien
Riu Bravo	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Cala Esmeralda	Cala D'or	Mallorca: Südosten	Spanien
Riu Camp De Mar Club	Camp De Mar	Mallorca: Südwesten	Spanien
Riu Chico	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Concordia	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Festival	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Palace Bonanza Playa	Illetas	Mallorca: Süden	Spanien
Riu Playa Cala Millor	Cala Millor	Mallorca: Osten	Spanien
Riu Playa Park	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Romantica	Playa Romantica / Cala Estany	Mallorca: Osten	Spanien
Riu San Francisco	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Sofia	Platja / Playa De Palma	Mallorca: Playa de Palma	Spanien
Riu Tropicana	Cala Dominques	Mallorca: Osten	Spanien

Seite 1 [Z](#)

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁸⁶ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Darstellung 16: BistroPortal Wellness-ABC

The screenshot shows a web browser window titled 'Wellness ABC'. The header features the 'bistro Well' logo and the text 'Wellness-ABC'. Below the header is a navigation bar with letters A-Z and a search bar. The main content area is divided into two columns. The left column, titled 'Suchergebnisse (1040)', lists various massage and therapy options. The right column, titled 'Abhyanga Kopf- und Gesichtsmassage', provides a detailed definition and classification of this specific massage technique.

Suchergebnisse (1040)

- [Abend-Make-up mit Ampulle](#)
- [Abenteuerbad](#)
- [abgestimmte Therapie-Aromamassage](#)
- [Abhyanga](#)
- [Abhyanga Ganzkörpermassage](#)
- [Abhyanga Kopf- und Gesichtsmassage](#)
- [Abhyanga royal](#)
- [Abhyanga Synchronmassage](#)
- [Abhyanga-\(Einzel\)-Massage mit Kräuter-Ölen](#)
- [Abhyanga-2-händige ayurvedische Ölmassage](#)

Seite 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 weitere

Abhyanga Kopf- und Gesichtsmassage

Definition: 'Ayurveda ist eine Jahrtausend alte Gesundheitslehre aus Indien. Das Sanskrit-Wort Ayurveda bedeutet 'das Wissen vom langen Leben' und meint damit im positiven Sinne ein 'gesundes und glückliches' Leben. Ayurveda zielt auf die Heilung von Körper, Geist und Seele als Einheit und umfasst hierfür folgende Bereiche: Ernährung, Lebensgestaltung, Ruhe und Entspannung, Meditation, Atemübungen, Heilkräuter, Reinigungs- und Verjüngungsmaßnahmen.' zit. aus: Lotus Travel Service 2003. Weitere Begriffe und deren Bedeutung: Doshas (Vata, Pitta, Kapha als die 3 Energien, die Zugehörigkeit zu den Doshas bestimmt die Behandlungs- und Ernährungform), Abhyanga (Ganzkörpermassage mit warmem Öl, als Einzel- und Synchronmassage möglich), Garshan-Massage (Massage mit Rohseidehandschuh), Shirodhara (Sinn-Öl-Guss), Pinda Sweda (Thermomassage mit warmen Reis- und Kräutersäckchen), Kizhi (Schwitzpackungen), Pizhichil (warmes Ölbad), Udvartanam (Massage mit Kräuter-Pulver), Swedana (Kräuter-Dampfbad), Virechana (Abführen mit Kräuter-Trunk), Vasti (Einläufe mit Öl, Milch oder Kräutern), Nasya (Behandlung der Nasenschleimhaut), Thaila (ayurvedische Öle), Panchakarma-Kur (Reinigungs-Kur), Kräuter- und Blütenbäder.'

Einordnung:

1. Relax -> Massage -> Massage an Körperteilen
2. Relax -> Ayurveda (Relax) -> Ayurveda (Relax)

SPA Beauty Fitness Relax Gesundheit

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Das „Wellness-ABC“ beinhaltet mehr als 6.000 Begriffe und dient der Abfrage von Definitionen aus dem Wellness-Bereich von „Aromatherapie“ bis „Zen Tao-Behandlung“. Die Einteilung der Begriffe erfolgt nach den Bereichen „Spa“, „Beauty“, „Fitness“, „Relax“ und „Gesundheit“.¹⁸⁷

¹⁸⁷ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Darstellung 17: BistroPortal Abflughafeninfos



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Die „Abflughafeninfos“ enthalten Hinweise zur Anreise mit dem PKW sowie mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Des Weiteren stehen Informationen zum Parken am Flughafen, zu Autovermietungen, zu Übernachtungsmöglichkeiten, zum Vor-Abend-Check-in, zur Gepäckaufbewahrung und zu Dienstleistungen am Flughafen zur Verfügung.¹⁸⁸

Diese Informationen können zu 43 Flughäfen, welche innerhalb Deutschlands oder in an Deutschland grenzenden Ländern liegen, abgerufen werden.¹⁸⁹

¹⁸⁸ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁸⁹ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Neben den Informationen aus „Infos und mehr“ verfügt BistroPortal über mehrere abrufbare Informationen, die weiteres Text- und Bildmaterial der TravelTainment AG liefern. Diese werden jeweils durch einen Doppelklick auf eine Region im Bereich 2 bzw. ein Hotel im Bereich 3 geöffnet.

Die Regionsinformationen beinhalten mehrere Rubriken. Neben allgemeinen Informationen sind die Rubriken „Essen & Trinken“, „Aktivitäten“, „Ausgehen“ und „Land & Leute“ abrufbar. Unter dem Bereich „Daten & Fakten“ findet der Expedient Hinweise zu Einreise- und Impfbestimmungen, zu Sicherheitsvorkehrungen und zur Landessprache. Eine Diashow vermittelt dem Kunden Eindrücke über die Zielregion.¹⁹⁰ Insgesamt liefert BistroPortal Regionsinformationen zu mehr als 350 Destinationen weltweit.¹⁹¹

Darstellung 18: BistroPortal Reisezielinfos



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

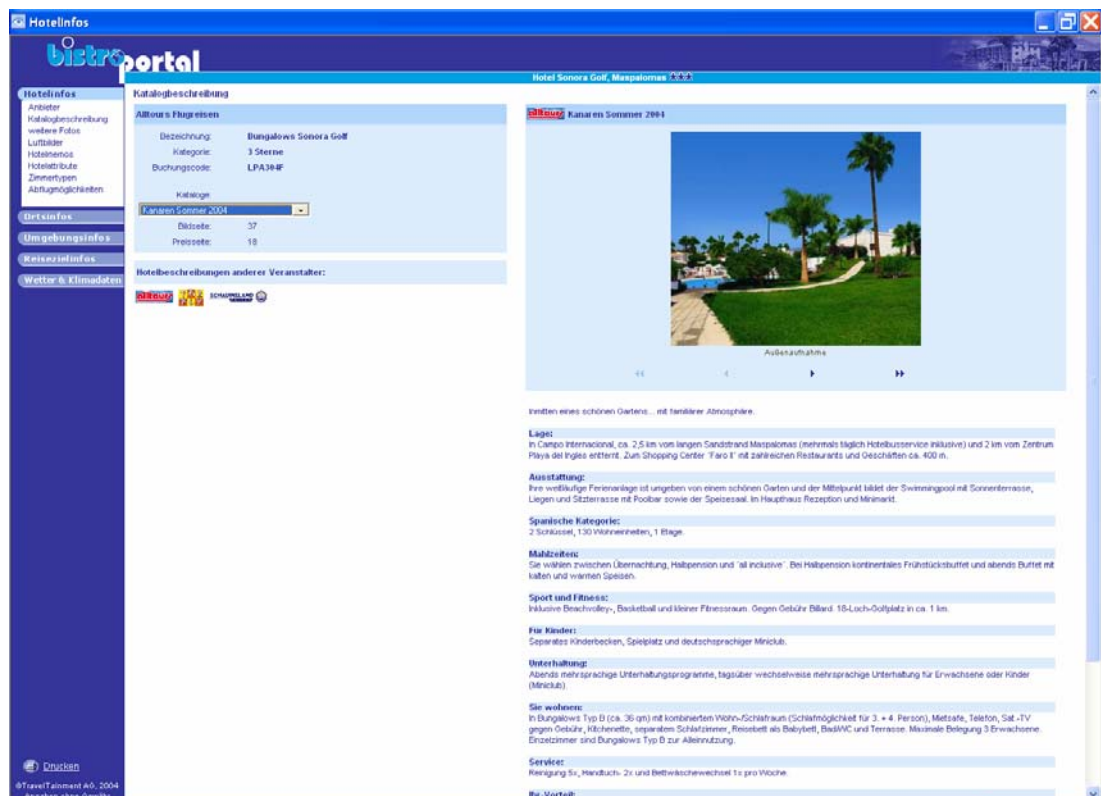
¹⁹⁰ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁹¹ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Über die Hotelergebnisliste (Bereich 3) sind auf gleiche Art Informationen zum selektierten Hotel abrufbar. Zunächst erscheint eine Liste mit allen Veranstaltern, welche das Hotel im Programm haben, einschließlich Angaben zu Seitenzahlen in Preis- und Farbteil der Veranstalterkataloge. Selektiert man hier einen Veranstalter, erscheint die veranstaltereigene Katalogbeschreibung zu dem jeweiligen Angebot. In diesem Falle greift TravelTainment auf Daten der Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung interaktiver Tourismusanwendungen mbH (GIATA) zurück. Um die Katalogbeschreibungen über BistroPortal abrufen zu können, benötigt das Reisebüro eine entsprechende GIATA-Lizenz.¹⁹²

Sofern zu dem selektiertem Hotel vorhanden, können gegebenenfalls verschiedene Bilder des Hotels, 360° Panoramen, und Luftaufnahmen aufgerufen werden.¹⁹³

Darstellung 19: BistroPortal Hotelkatalogbeschreibung



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁹² Vgl. Aru, 2004, o.S.

¹⁹³ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Unter der Rubrik „Hotelmemos“ hat der Expedient die Möglichkeit, seine persönlichen Erfahrungen mit einem Hotel, bzw. die seiner Kunden, in eine Datenbank einzutragen. Die Gültigkeit eines Eintrages kann durch Eingabe eines Datums zeitlich begrenzt werden. Solche Hotelmemos eignen sich vor allem für Reisebüroketten, da hier eine große Anzahl Mitarbeiter diese Datenbank nutzen kann.¹⁹⁴

Einen komprimierten Überblick über die Hoteleigenschaften, die Unterkunftsmerkmale sowie über die Sport- & Freizeiteinrichtungen, liefert der Unterpunkt „Hotelattribute“.¹⁹⁵

Für Kunden, mit speziellen Zimmerwünschen, eignet sich der Punkt „Zimmertyp“. Durch Vorgabe eines bestimmten Zimmertyps im Bereich A, werden im Bereich B die Veranstalter aufgelistet, die ein solches Zimmer zur Verfügung stellen können. Möchte ein Kunde mit einem bestimmten Reiseveranstalter verreisen, kann dieser im Bereich C gewählt werden. Die zur Verfügung gestellten Zimmervarianten des selektierten Anbieters erscheinen im Bereich D.¹⁹⁶

Die gleiche Systematik findet unter dem Punkt „Abflughafenmöglichkeiten“ Anwendung. Zum jeweiligen Veranstalter können Abflughafen, Wochentag und Fluggesellschaft ermittelt werden, Umgekehrt kann durch Festlegen des Wochentages und der Airline der operierende Veranstalter ermittelt werden.¹⁹⁷

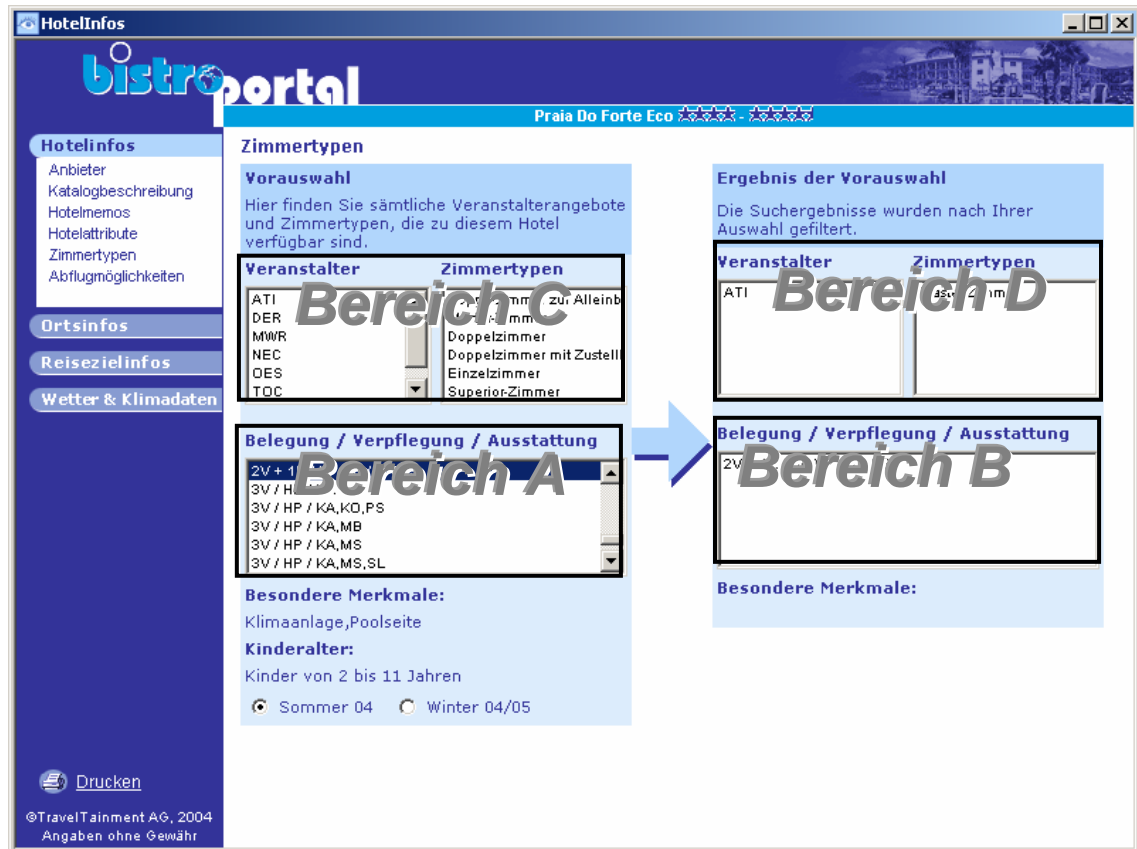
¹⁹⁴ Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁹⁵ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁹⁶ Vgl. Jade, 2004, o.S.

¹⁹⁷ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Darstellung 20: BistroPortal Zimmertypen



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Weitere Informationen zum potentiellen Urlaubsort seines Kunden findet der Expedient unter den einzelnen Rubriken: Unter „Ortsinformationen“ befindet sich eine Landkarte der Region. Die „Umgebungsinformationen“ umfassen Informationen zu Stränden, Sehenswürdigkeiten, Touristikinformationen, Restaurants usw., die sich in einem Umkreis von 20 km befinden.¹⁹⁸

Die Rubrik „Wetter & Klimadaten“ umfasst sowohl Hinweise zum aktuellen Wetter sowie eine Klimatabelle. Des Weiteren kann sich der Expedient durch den Eventkalender, welcher dieses Jahr noch erweitert werden soll, über aktuelle Feste und Veranstaltungen informieren.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

¹⁹⁹ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Darstellung 21: BistroPortal Eventkalender

HotelInfos

bistroportal

5 Top-Events haben wir für Sie gefunden

Eventkalender

Name	Ort	Datum
Orquesta Filarmónica de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	1. Oktober 2004
Orquesta Filarmónica de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	8. Oktober 2004
Orquesta Filarmónica de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	15. Oktober 2004
Orquesta Filarmónica de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	22. Oktober 2004
Orquesta Filarmónica de Gran Canaria	Las Palmas de Gran Canaria	29. Oktober 2004

Das Orquesta Filarmónica de Gran Canaria wurde 1845 gegründet und genießt heute einen hervorragenden Ruf. Die Philharmoniker treten von Oktober 2004 bis Juli 2005 im Auditorio Alfredo Kraus auf. ... [\[mehr\]](#)

©TravelTainment AG, 2004
Angaben ohne Gewähr

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Alle beschriebenen Informationen, können für den Kunden ausgedruckt werden. Allerdings stehen nicht zu jedem Hotel / Zielgebiet alle Informationen zur Verfügung. Zu einigen Hotels fehlen die Umgebungsinfos sowie zusätzliches Bildmaterial. So genannter „Detail-Content“ ist zu folgenden Destinationen verfügbar: Balearen, Kanaren, Dominikanische Republik, Türkei, Portugal, Ägypten, Griechische Inseln, Isla de Margarita, Tunesien und Zypern.²⁰⁰

Eine weitere Möglichkeit Zielgebietsinformationen abzurufen, findet sich über der Leiste des Bereiches 3. Dort befindet sich ein Pull-down-Menü über welches ein bestimmter Ort im selektierten Zielgebiet ausgewählt werden kann.

²⁰⁰ Vgl. Jade, 2004, o.S.

Mit einem Klick auf den Button „Karte“ erscheint ein Pop-up-Fenster, mit einer interaktiven Landkarte, entsprechend der selektierten Destination.²⁰¹

Darstellung 22: BistroPortal Interaktives Kartenmaterial

The screenshot displays the BistroPortal 2.1 interface. At the top, there's a navigation bar with 'bistroportal - TravelTainment AG - 2.1' and a menu with 'Dates', 'Bearbeiten', 'Ansicht', 'Extras', 'Infos und mehr...'. Below this is a search form for 'Kunde 1' with fields for 'Lastminute' (checked), 'Abflughafen / Plz.', 'Reisezeitraum' (151204), 'Zielflughafen', 'Tage' (14), 'Verpflegung' (egal), 'Zimmer' (egal), 'Speziell für Kinder' (checked), 'Direkte Strandlage', 'Großes Sporting', 'Wellness-Fitness', and 'Angebote suchen'. There are also fields for 'Charter', 'Nur Hotel', 'Veranstalter' (NEC,TOC,ALL,TUI,JAHN,IG), 'Erwachsene' (2 Erw.), 'Sterne' (0), 'Hotelname', 'Preis (€) bis:', and 'Alter Kinder' (0, 0, 0, 0).

The main content area shows a list of destinations under 'Zielgebiete' and 'Hotels - Gran Canaria'. The 'Zielgebiete' table lists regions like Türkei, Portugal, Tunesien, Marokko, Balearen, Kanaren, Griechische Inseln, Zypern, Spanisches Festland, Italien, Malta, Kanaren, La Palma, Spanisches Festland, Kanibik, and Dom. Republik. The 'Hotels - Gran Canaria' table lists hotels like Duna Flor, Maspalomas Club I, and Parque Paraiso II. A map of Gran Canaria is overlaid on the right, showing the island's location in the Atlantic Ocean. The map includes a search bar 'Kartenauswahl' and a list of 'Gefundene Orte' (Galdar, Santa Maria de Guia, Santa Maria / Galdar). The map also shows a scale bar and a 'Umkreis:' field.

At the bottom, there's a table of 'Angebote - Sonora Golf' with columns for 'VA', 'Ta', 'Datum', 'Tg', 'Ab', 'Zimmer', and 'Preis'. The table lists various golf packages with their respective prices and room types.

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

²⁰¹ vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Klickt man mit der rechten Maustaste in die Ergebnisliste der Angebote (Bereich 4), öffnet sich ein Fenster, in welchem man verschiedene Aktionen auswählen kann.

Darstellung 23: BistroPortal Ergebnisliste der Angebote - Informationsfenster

The screenshot shows the 'Zielgebiete' (Destination Areas) section of the BistroPortal. A dropdown menu is open over the 'Angebote - Orientierung' (Offers - Orientation) section, displaying various actions like 'Buchungsanfrage' (Booking request), 'Merlin-Office', 'Merlin-Web', 'START-Comfort', 'START-Web Client', 'Amadeus Vista', 'versenden / drucken' (send / print), 'Schaufensterdruck' (display window print), 'Abflughafeninfos' (airport info), 'Detailinfos' (detail info), and 'Abbrechen' (cancel).

Region	Reiseziel	Ziel	€	Hot.	%
Ägypten	Sinai	SSH	979,-	2	100
Karibik	Niederl. Antillen	AUA	2121	1	100
Karibik	Antigua & Barbuda	ANU	2906	1	100
Karibik	Bermuda	BDA	3389	1	100
Indischer Ozean		PRI	6427	1	100
Südamerika		SSA	2124	1	100
Portugal		FAO	673,-	1	100
Türkei		AYT	636,-	4	100
Tunesien, Marokko		DJE	637,-	1	100

VA	Ta	Datum	V	M	Ext	€	A	%
BU	Sa	06.11.0	HP			678, L		100
BU	Fr	05.11.0	HP			646, L		99
BU	Mi	03.11.0	HP			747, L		99
BU	Sa	06.11.0	HP			625, L		98
BU	Mi	03.11.0	HP			773, L		98
BU	Mi	10.11.0	HP			626, L		97
BU	Sa	06.11.0	HP			757, L		97
BU	Fr	05.11.0	HP			778, L		96

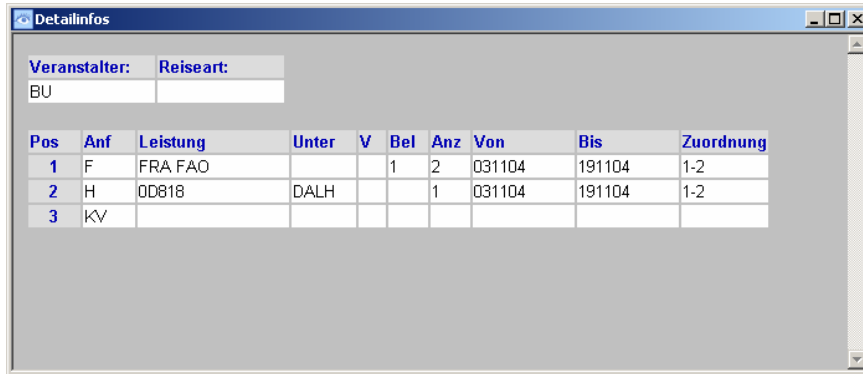
Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Über dieses Fenster kann man eine Buchungsanfrage starten. Außerdem ist die Übernahme der Angebotsdaten in eines der dort aufgeführten CRS möglich.

Des Weiteren besteht auch hier die Möglichkeit, die Flughafeninformationen aufzurufen. Die „Detailinfos“ geben eine Vorschau, wie die Buchung im CRS aufgebaut wird.²⁰²

²⁰² Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Darstellung 24: BistroPortal Ergebnisliste der Angebote – Detailinfos

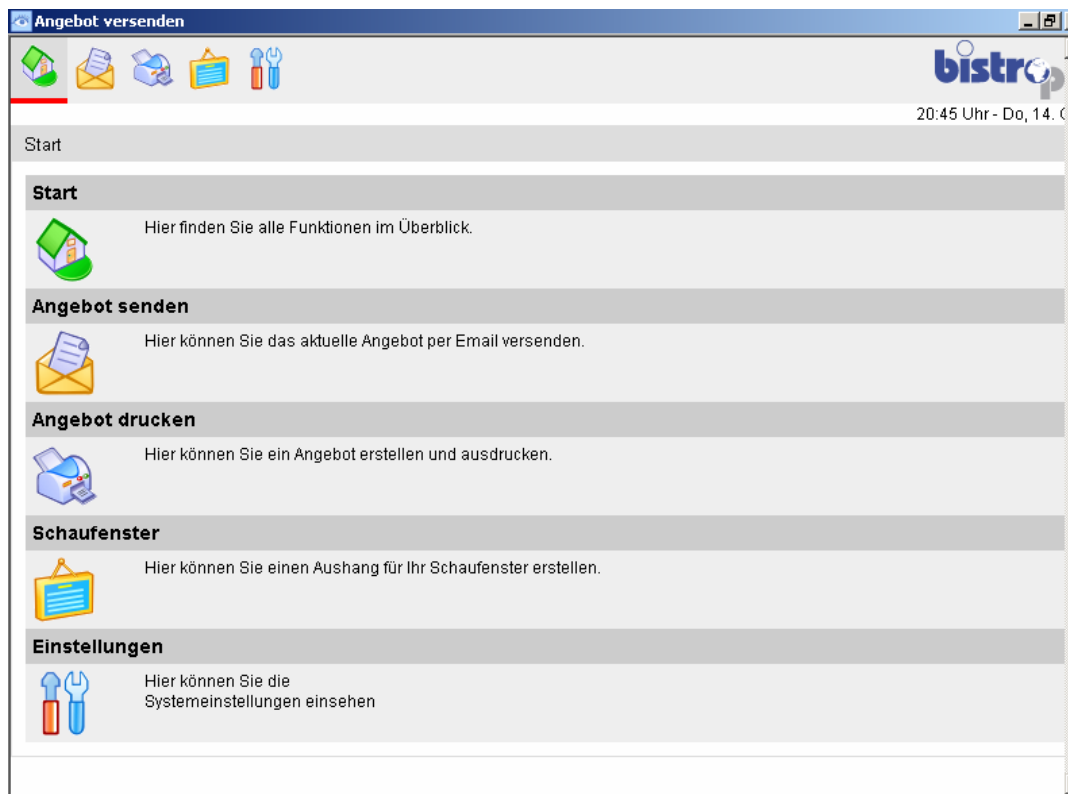


Pos	Anf	Leistung	Unter	V	Bel	Anz	Von	Bis	Zuordnung
1	F	FRA FAO			1	2	031104	191104	1-2
2	H	0D818	DALH			1	031104	191104	1-2
3	KV								

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S

Über „versenden / drucken“ gelangt man in das Menü „Angebote versenden“.

Darstellung 25: BistroPortal Übersicht Menü „Angebote versenden“



Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Hier kann das selektierte Angebot für den Kunden ausgedruckt oder unter Verwendung eines speziellen Formulars, per E-Mail versendet werden.

Darstellung 26: BistroPortal E-Mail-Formular

Angebot versenden

20:48 Uhr - Do, 14. C

Angebot senden

Angebotsdaten

☒ Versandart ☐ Email mit PDF-Anhang ☐ Email als Text

☒ Anrede

Vorname

☒ Nachname

☒ Email

Freitext

☒ Preis 1. Erw. in €

☒ Preis 2. Erw. in €

☒ Gesamtpreis

Reiseberater

☒ Vorname

☒ Nachname

☒ Email

Telefon

Hoteldetails

Hotelname:
Le Royal Meridien Beach Resort & Spa

Katalog:
Afrika, Indischer Ozean, Orient Winter 2004/2005

Lage:
Am großflächigen, feinsandigen Strand von Jumeirah gelegen. Nach Dubai sind es ca. 20 km, zum Flughafen ca. 35 km. Ein Hotelbus-Service nach Dubai ist inklusive.

Ausstattung:
Das moderne, weitläufige First-Class Hotel am eigenen Privatstrand besteht aus Hauptgebäude (240 Zimmer), dem Clubgebäude (108 Zimmer) und dem neu erbauten Tower (15 Zimmer). Für das kulinarische Wohl sorgen acht verschiedene internationale Restaurants (unter anderem arabische, asiatische und mediterrane Küche, ein Steakhouse, ein Meeresfrüchte-Restaurant sowie ein Pool-Restaurant) und fünf Bars. Im Garten befinden sich 2 große Swimmingpools mit separatem Kinderbecken. Sonnenschirme, Badetücher und Liegen sind inklusive. Zur weiteren Ausstattung des Hotels gehören Friseur, Einkaufspassage, Spielplatz, Miniclub und Fitnesscenter. Lassen Sie sich im großen Spa- und Health-Center "Caracalla" mit Gesichtsmassagen und Körperbehandlungen, Massage, Wellness, Sauna und Kneipp-Anlagen verwöhnen.

Quelle: BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Über die Funktion „Schaufensterdruck“ lässt sich ein Aushang für das Schaufenster des Reisebüros erstellen.²⁰³

Treten bei einer der beschriebenen Funktionen Probleme auf, kann mit einem Klick auf das Fragezeichen auf der Hauptmenüleiste, die Hilfefunktion aufgerufen werden. Die Online-Hilfe soll dem Expedienten Hilfe zur Selbsthilfe leisten. Bei schwerwiegenden Problemen gibt es die Möglichkeit die BistroPortal Hotline zu Rate zu ziehen. Ein Anruf der 01805er-Nummer kostet € 0,12 aus dem deutschen Festnetz.²⁰⁴

²⁰³ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

²⁰⁴ Vgl. BistroPortal 2.1 Demoversion, 2004, o.S.

Wie die am Markt etablierten Konkurrenzprodukte, verfügt BistroPortal zusätzlich über ein Vertriebssteuerungstool.

Zur Vertriebssteuerung wird den Zentralen der Reisebüroketten ein separates Administrationstool zur Verfügung gestellt. Mit diesem Tool können die einzelnen Betriebsstellen verwaltet und gesteuert werden. Zum einen kann für einen Veranstalter eine bestimmte Priorität hinterlegt werden. Dabei können die Veranstalter auch zielgebietsabhängig gewichtet werden. Das klassische Beispiel hierfür ist Öger Tours. Die Angebote von Öger Tours sollen oftmals ausschließlich für das Zielgebiet Türkei angezeigt werden. Dies wird durch eine entsprechende Einstellung im Administrationstool bewirkt.

Darstellung 27: BistroPortal Vertriebssteuerungstool

The screenshot displays the 'BistroPortal - Agenturverwaltung' application window. On the left is an 'Administrator Menü' with links for 'Daten', 'Agenturdaten', 'Unteragenturen', 'Benutzer', 'Veranstalter', and 'Veranstalter'. The main area is titled 'Veranstalter Übersicht' and contains a search form with fields for 'Veranstalter-Code', 'Gewichtung aktuell', 'Gewichtung neu', 'Status' (set to 'beliebig'), and 'Gruppierung', followed by a 'Suchen' button. Below this is a table titled 'Übersicht Veranstalter' with a dropdown for 'Aktion für ausgewählte Veranstalter' and 'auswählen' buttons for 'Alle' and 'Keine'. The table lists various travel agencies with their codes, weights, and status.

	VA-Code	Gewichtung (aktuell / neu)	gesperrt	Status	Gruppierung
☐	AB	100/70	☐	geändert	
☐	ALD	100/70	☐	geändert	
☐	ALL	100/100	☐	aktuell	
☐	AME	100/70	☐	geändert	
☐	ATK	100/70	☐	geändert	
☐	ATT	100/70	☐	geändert	
☐	BEN	100/80	☐	geändert	ha
☐	BIG	100/80	☐	geändert	ha
☐	BU	100/80	☐	geändert	ha
☐	CBM	100/70	☐	geändert	
☐	CFI	100/70	☐	geändert	
☐	DEM	100/70	☐	geändert	
☐	DER	100/70	☐	geändert	
☐	DIS	100/70	☐	geändert	
☐	ETI	100/80	☐	geändert	ha
☐	FLY	100/70	☐	geändert	

At the bottom of the window, there are status bars for 'Fertig' and 'TravelTainment'.

Quelle: Jade, 2004, o.S.

Die Veränderungen der Priorität kann in einer Vorschau getestet werden, ohne dass der Filter "live" geschaltet ist. Diese Funktion ermöglicht es, die Gewich-

tung der Angebote an einzelnen Beispielen durchzutesten. Wenn die Gewich-
tungen richtig gesetzt sind, kann der neue Filter online gehen.

Bei einer „harten“ Einstellung werden die Konzernveranstalter auch dann bevorzugt angezeigt, wenn alternative Angebote aus dem B-Sortiment einen höheren Wunscherfüllungsgrad aufweisen bzw. einen günstigeren Preis anbieten. Durch die Einstellung einer "sanften Steuerung" ergibt sich die Sortierung aus 14 verschiedenen Parametern, bei denen der Veranstalter nur ein Gewicht innerhalb einer additiven Kette ist. Die einzelnen Gewichte ergeben sich aus der Übereinstimmung mit den Kundenwünschen und der eingestellten Steuerung. Entspricht ein Angebot eines anderen Veranstalters den Kundenwünschen eher und hat es einen niedrigeren Preis, wird dieses Angebot bevorzugt gegenüber denen des "Kernsortiments" angezeigt.²⁰⁵

Für die Zukunft ist die Integration von weiteren Reisearten wie Kreuzfahrtreisen und Low Cost Carriern²⁰⁶ sowie von Zusatzleistungen wie Versicherungen und Mietwagen²⁰⁷ geplant.

Außerdem soll die Online-Buchungsmaschinen „Smart IBE“ für Reisebüros zum Jahreswechsel zur Verfügung stehen. Damit können Kunden eines Reisebüros ihre Buchungen auch über die reisebüroeigene Homepage tätigen.

Das Tool „X-Mix soll im Laufe des nächsten Jahres auf den Markt kommen. X-Mix ist eine Datenbank zur Erstellung von Pauschalreisen. Entscheidender Faktor bei X-Mix ist seine kundenspezifische Kalkulation, TravelTainment ist dabei nur der Systemlieferant. Der Veranstalter setzt die Pauschalreise aus Bausteinen wie Hotel, Charterflug und/oder Transfers zusammen. Kalkuliert wird mit dem eigenen Einkaufspreis und den Zuschlägen aus der selbst definierten Zuschlagstabelle. Mit X-Mix können Veranstalter eigene "weiße Ware" entwickeln. Dabei wird nicht mehr mit vorkalkulierten, sondern mit aktuellen Daten gearbeitet. Die Angebotsdaten können dann automatisch

²⁰⁵ Vgl. Jade, 2004, o.S.

²⁰⁶ Vgl. Jade, 2004, o.S.

²⁰⁷ Vgl. Marx, 2004, S. 14-15.

bestimmten Nutzern von BistroPortal (z.B. nur der eigenen Kette) zugeordnet werden.²⁰⁸

²⁰⁸ Vgl. Jade, 2004, o.S.



4.2 Amadeus Germany GmbH – Destino

Der CRS-Betreiber Amadeus erweiterte, im Zuge der Einführung von Amadeus Vista, das Produkt um ein eigenes Vertriebsunterstützungssystem mit Namen Destino.

Amadeus Vista wurde im Mai 2004 eingeführt und ist derzeit auf ca. 4.100 Terminals (Stand: 27.09.2004) installiert. Weitere 1.800 Bestellungen liegen vor. Die Installation auf 25.000 Terminals ist somit in Planung. Des Weiteren ist es möglich, Destino in die CRS-Version Amadeus Comfort nachträglich einzubinden.

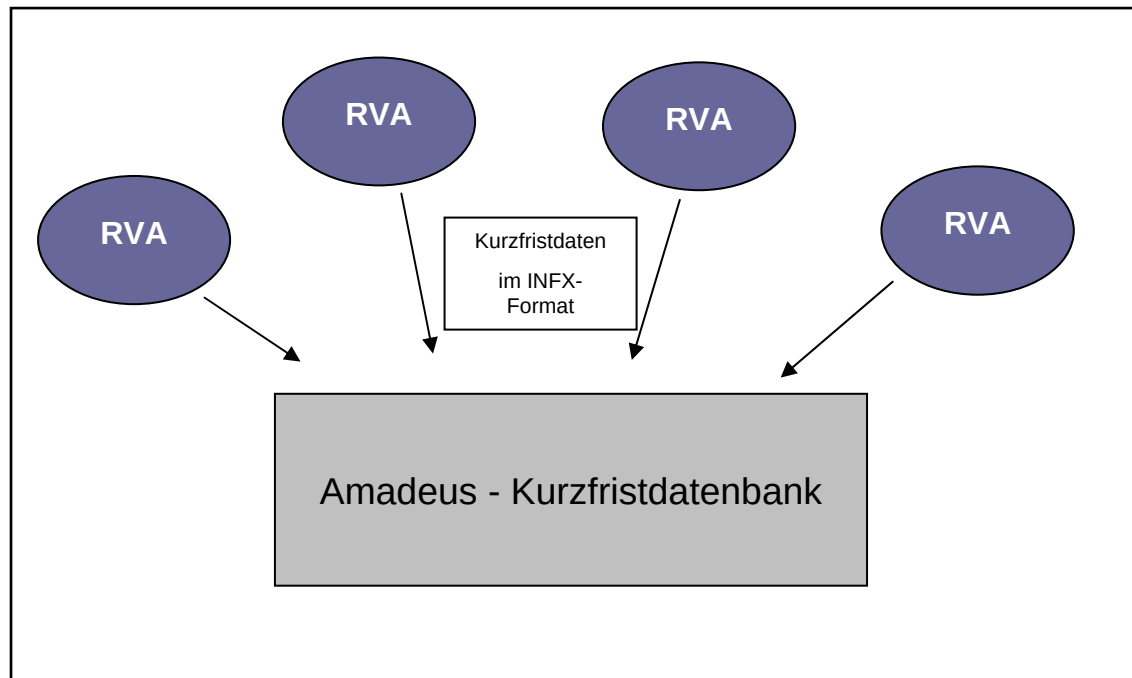
Die für die Angebotsdarstellung erforderlichen Daten werden aus der IFF-Datenbank (über die auch BistroPortal mit Daten versorgt wird) bezogen. Dies sind für Destino derzeit die Angebote von 42 Veranstaltern mit mehr als 40.000 Hotels, welche im Rahmen von Flugpauschalreisen angeboten werden. Zurzeit werden Gespräche mit zwei weiteren Veranstaltern (Lux Air und Esco Reisen) geführt. Eine Aufnahme der Daten soll noch dieses Jahr erfolgen.

Eine Aktualisierung der IFF-Datenbank erfolgt einmal wöchentlich, indem neue Angebote der Veranstalter zum Abruf eingestellt werden.

Zusätzlich ermöglicht Destino Zugriff auf Last-Minute-Angebote von derzeit 37 Veranstaltern, darunter auch Kurzfrist-Angebote der TUI. Diese Daten werden im so genannten INFX-Format mittels Onlineübertragung direkt von den Veranstaltern an Amadeus übermittelt und zentral gesammelt. Die Veranstalter übermitteln täglich zwischen fünf und sechs Millionen Last-Minute-Angebote.²⁰⁹

²⁰⁹ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 28: Übermittlung Kurzfristdaten der Reiseveranstalter an Amadeus



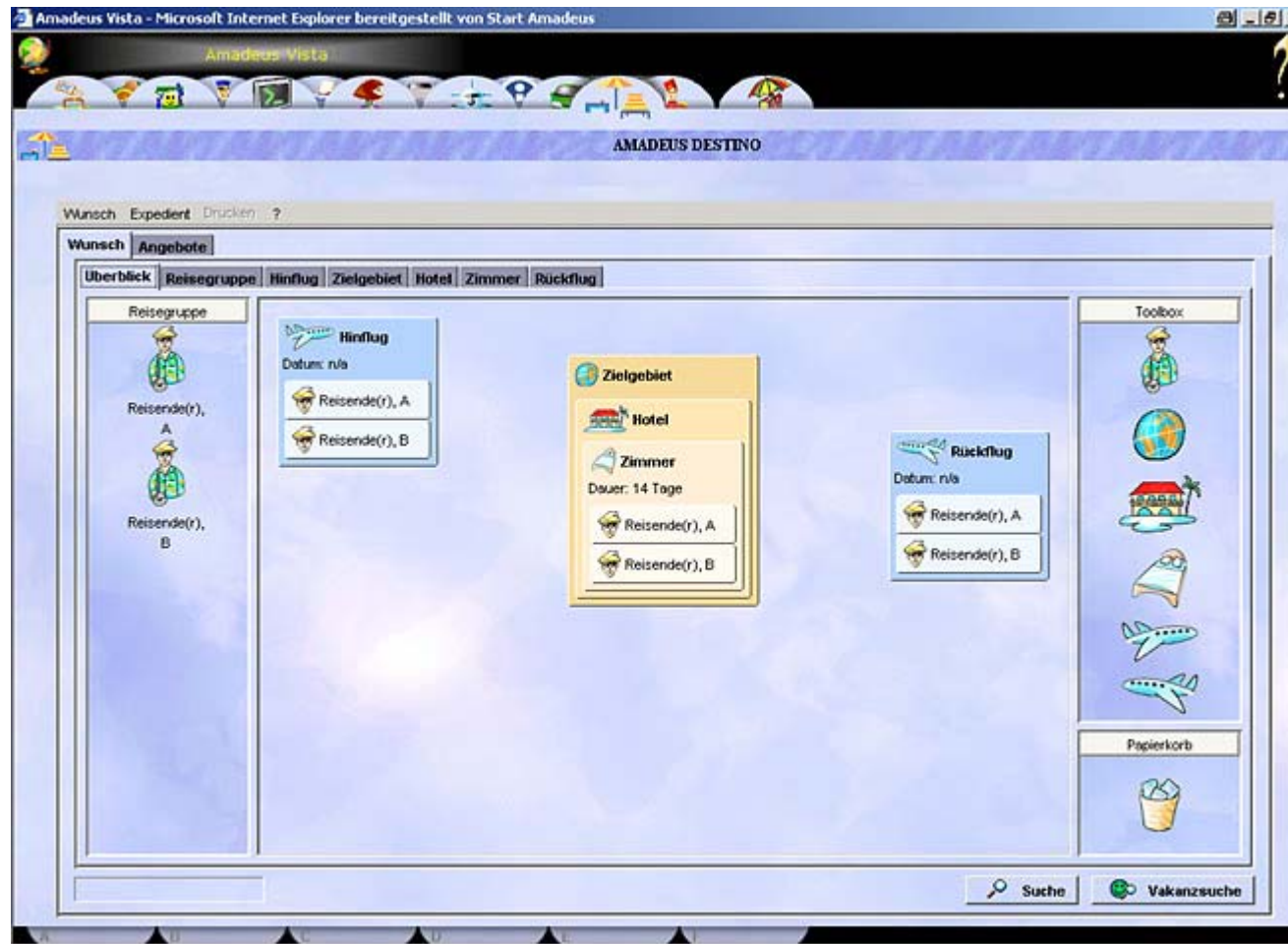
Quelle: Eigene Darstellung.

Das Vertriebsunterstützungssystem Destino ist prozessorientiert aufgebaut und besteht aus mehreren Masken, welche man über die Aktenreiter „Wunsch“ und „Angebot“ ansteuern kann. Unter der Rubrik „Wunsch“ befinden sich weitere sieben Reiter, über welche die Reisevorstellungen des Kunden zur Angebotsuche eingegeben werden. Dies sind die Reiter „Überblick“, „Reisegruppe“, „Hinflug“, „Zielgebiet“, „Hotel“, „Zimmer“ und „Rückflug“. Auszufüllende Pflichtfelder sind gelb hinterlegt oder mit einem Stern markiert. Der Expedient ist nicht gezwungen, die Masken in einer bestimmten Reihenfolge abzuarbeiten, sondern kann bei der Bedarfserfassung individuell vorgehen.

Der Reiter „Überblick“ stellt die wichtigsten Eingaben der verschiedenen Reiter auf einen Blick dar. Dabei lassen sich die Eingaben auch hier abändern. Durch einen Klick auf beispielsweise den Reisenden in der Toolbox, hat der Expedient die Möglichkeit, eine weitere Person hinzuzufügen, indem er den Reisenden aus der Toolbox bei gedrückter Maustaste in die Box „Reisende“ hinüberzieht.²¹⁰

²¹⁰ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 29: Amadeus Destino, Reiter: Überblick



Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Durch einen Klick auf einen Reisenden und das Hinüberziehen in den Papierkorb, kann dieser wieder gelöscht werden. Nach dem gleichen Prinzip lassen sich beispielsweise auch weitere Hotels oder Zimmer hinzufügen und die entsprechenden Personen einer Reisegruppe zuordnen.

Unter dem Reiter „Reisegruppe“ hat der Expedient die Möglichkeit, die Anzahl der Teilnehmer, deren Namen und gegebenenfalls das Alter anzugeben. Über die Buttons „Hinzufügen“ und „Löschen“ lässt sich die Anzahl der Reisenden verändern.

Außerdem lässt sich in dieser Maske auswählen, ob ausschließlich Pauschalreise- und/ oder Last-Minute-Angebote angezeigt werden sollen (siehe Darstellung 30, S. 79).

Über den Reiter „Hinflug“ kann das früheste Abflugdatum des Kunden eingegeben werden. Hilfreich ist hierbei ein Kalender, welcher durch einen Klick auf den entsprechenden Button als Pop-up-Fenster erscheint. Das gewünschte Datum muss dort nur noch angeklickt werden.

Den bevorzugten Abflughafen des Kunden kann der Expedient wahlweise in Form eines 3-Letter-Codes angeben oder ausschreiben. Zusätzlich können zwei weitere Abflughäfen als Alternative angegeben werden. Ein bestimmter Zielflughafen wird ebenfalls auf diese Weise definiert (siehe Darstellung 31, S. 80).²¹¹

²¹¹ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 30: Amadeus Destino, Reiter: Reisegruppe

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Start Amadeus

Amadeus Vista

AMADEUS DESTINO

Wunsch Expedient Drucken ?

Wunsch Angebote

Überblick Reisegruppe Hinflug Zielgebiet Hotel Zimmer Rückflug

Reisende *

Nr.	Familienname	Vorname	Titel	Geburtsdatum	Geschlecht
1.	Reisende(r)	A			☒ Männlich ☐ Weiblich
2.	Reisende(r)	B			☐ Männlich ☒ Weiblich

Hinzufügen Löschen

Katalog-Lastminute-Auswahl

☐ Nur Katalog

☒ Katalog und Lastminute

☐ Nur Lastminute

Suche Vakanzsuche

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Darstellung 31: Amadeus Destino, Reiter: Hinflug

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Start-Amadeus

Amadeus Vista

AMADEUS DESTINO

Wunsch Expedient Drucken ?

Wunsch Angebote

Überblick Reisegruppe **Hinflug** Zielgebiet Hotel Zimmer Rückflug

Frühestes Abflugdatum:

3-Letter-Code Flughafen

Abflughafen: 1. ...

2. ...

3. ...

Zielflughafen: ...

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Das Zielgebiet kann über den entsprechenden Reiter (siehe Darstellung 32, S. 82) genauer definiert werden. Durch die Eingabe eines Wortfragmentes unter beispielsweise der Rubrik „Region“ (z.B. „Kana“), erhält der Expedient durch einen Klick auf das Weltkugelsymbol zu diesem Wortfragment einen Regionsbaum mit allen Zielregionen, die mit „Kana“ beginnen. Hier kann er seine Auswahl festlegen. Dabei kann diese grob gehalten werden (z.B. Kanarische Inseln) oder genauer definiert werden (z.B. Teneriffa). Durch das Prinzip „Suche über Wortfragment“ kann z.B. auch nach einem bestimmten Ort gesucht werden, von dem die genaue Schreibweise nicht bekannt ist.

Durch einen Klick mit der rechten Maustaste auf eine Destination erscheint eine Klimatabelle, die dem Expedienten einen schnellen Überblick über die klimatischen Bedingungen des Reiseziels seines Kunden gibt.

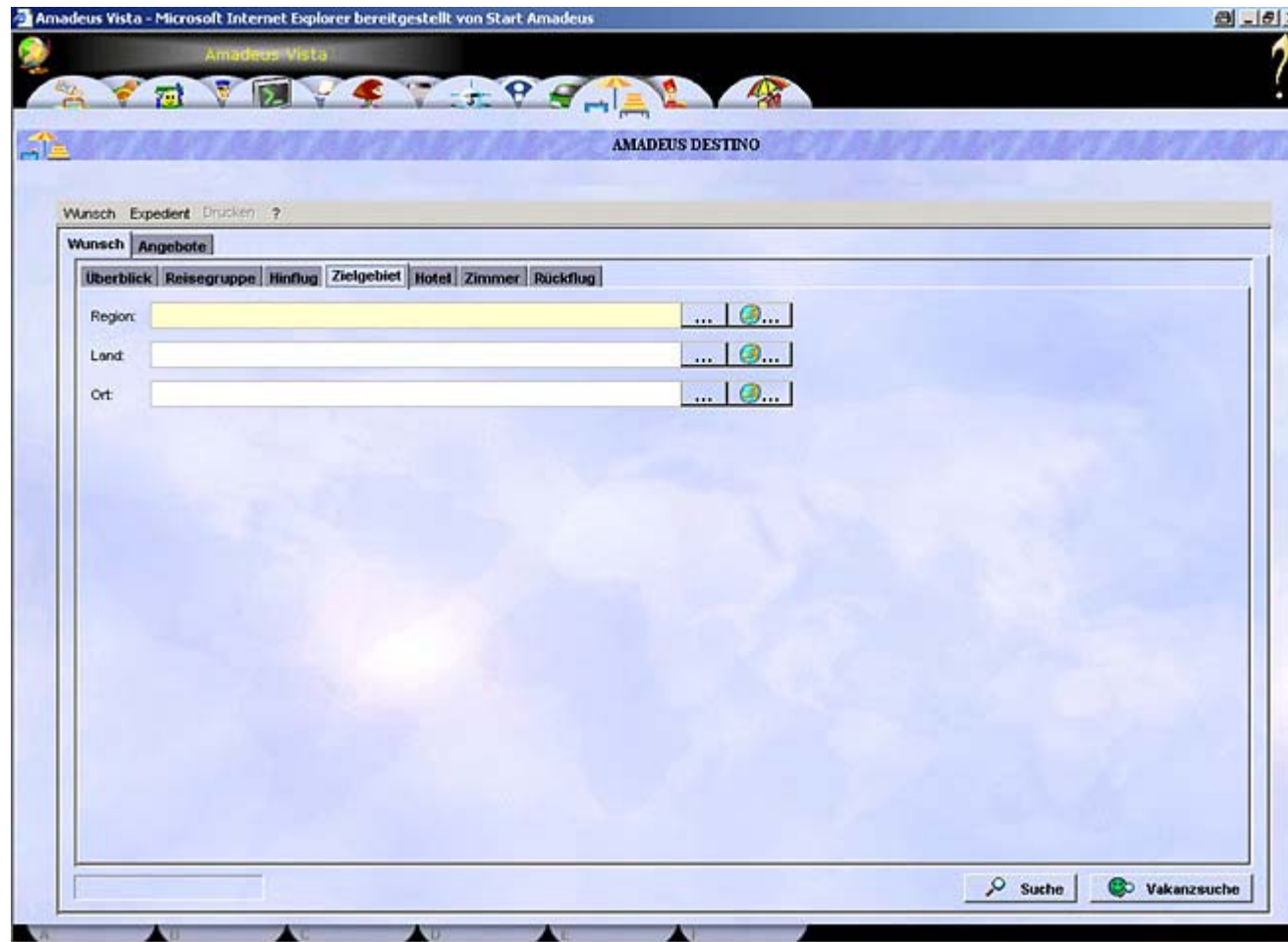
Über den Reiter „Hotel“ (siehe Darstellung 33, S. 83) ist es möglich, die Kundenwünsche rund um die Unterkunft festzulegen. Dabei gibt es vielfältige Auswahlmöglichkeiten. Neben der Pflichteingabe „Kategorie“, sind dies Eingabemöglichkeiten zu Orts- und Strandlage, zu Hotelausstattung und Hotelcharakter sowie zu Sport, Hobby und Wellness. Außerdem kann festgelegt werden, ob so genannte „Glückshotels“ in die Angebotsliste mit aufgenommen bzw. ausschließlich dargestellt werden sollen. Die Hotelkriterien werden bei der Angebotssuche mit der IFF-Datenbank abgeglichen.

Des Weiteren lässt sich über den Reiter „Hotel“ ein bestimmtes Hotel festlegen, zu welchem Angebote gesucht werden sollen. Dies funktioniert über die Eingabe des Hotelnamens in der entsprechenden Spalte. Auch hier ist wieder die Eingabe eines Wortfragmentes möglich. In der erscheinenden Liste liefert das System Vorschläge aus denen der Expedient wählen kann.

Wünscht der Kunde ausschließlich Angebote zu Hotels einer bestimmten Kette, kann der Expedient dies in der Zeile „Hotelkette“ unter Eingabe des Namens der Kette vermerken.²¹²

²¹² Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 32: Amadeus Destino, Reiter: Zielgebiet



Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Darstellung 33: Amadeus Destino, Reiter: Hotel

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Start Amadeus

Amadeus Vista

AMADEUS DESTINO

Wunsch Expedient Drucken ?

Wunsch Angebote

Überblick Reisegruppe Hinflug Zielgebiet Hotel Zimmer Rückflug

Hotelname: Hotelkette: ...

☐ Ähnliche suchen

Hotelskategorie*

☐ Einfach
☐ Standard
☐ Mittelklasse
☐ Komfortklasse
☐ First-Class
☐ Luxusklasse

Ortslage

☐ Ruhig / abgelegen
☐ Lebhaft / zentral
☒ Keine Präferenz

Strandlage

☐ Direkt am Strand
☐ Strandnah
☒ Keine Präferenz

Hotelausstattung

☐ Hallenbad
☐ Sandstrand
☐ Gesundheit / Kur
☐ Pool
☐ Diskothek
☐ Animation

Hotelcharakter

☐ Flair
☐ Familie / kinderfreundlich
☐ Select / Top / VIP
☐ Club

Sport, Hobby und Wellness

☐ Tennis ☐ Wasserski ☐ Rad / Mountainbike ☐ Sauna / Dampfbad
☐ Surfen ☐ Squash ☐ Massage ☐ Hobbykurse
☐ Segeln ☐ Reiten in der Nähe ☐ Golf in der Nähe ☐ Tauchen
☐ Ballspiele ☐ Gymnastik / Fitness ☐ Tischtennis

Glückshotel

☐ Nur
☒ Auch
☐ Auf keinen Fall

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Ein Klick auf den Reiter „Zimmer“ ermöglicht die Eingabe der Kundenwünsche im Hinblick auf Zimmertyp, Zimmerausstattung und Verpflegung (siehe Darstellung 34, S. 85). Kriterien zur Zimmerausstattung können optional ausgewählt werden, während Zimmertyp und Verpflegungsart Pflichtangaben darstellen. In dieser Maske wird auch die gewünschte Dauer des Aufenthaltes (z.B. 14 Tage) angegeben.

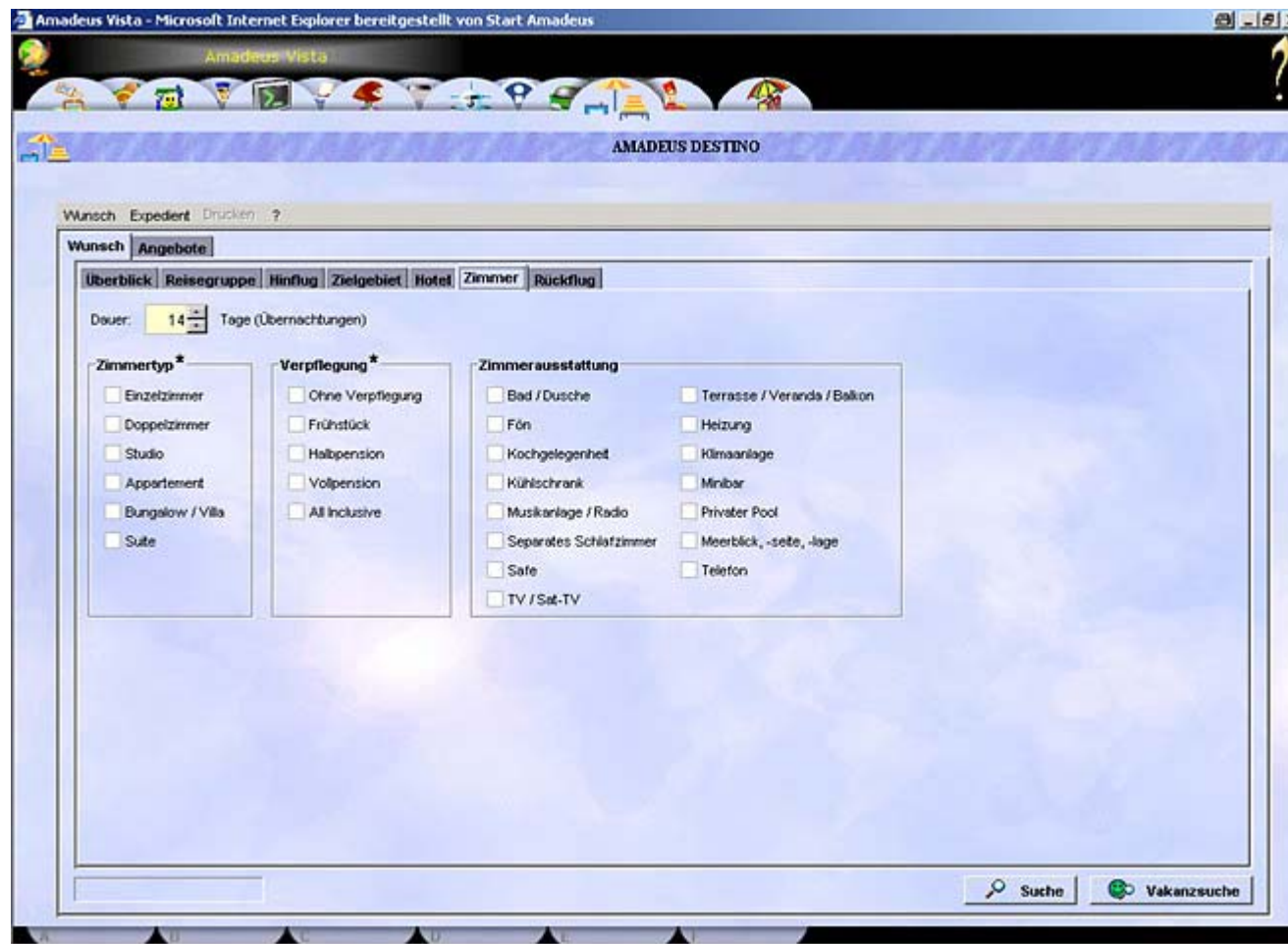
Die Maske „Rückflug“ ist analog der Hinflug-Maske aufgebaut (siehe Darstellung 35, S. 86). In der Spalte „spätester“ Rückflug kann der späteste Rückflugtermin des Kunden angegeben werden. Durch die Angabe „frühester Hinflugtermin“ unter dem Reiter „Hinflug“ und der angegebenen Reisedauer unter „Zimmer“, sucht das System alle Angebote für die gewünschte Reisedauer, die im gesetzten Zeitraum liegen, heraus. Hat ein Kunde also z.B. insgesamt drei Wochen Urlaub und möchte davon zwei Wochen wegfliegen, kann bei der Angebotssuche der gesamte Urlaubszeitraum (bis zu vier Wochen) des Kunden berücksichtigt werden.

Das Ausfüllen der verschiedenen Masken bei der Bedarfserfassung kann mit einem Klick der rechten Maustaste auf den Reiter „neuer Wunsch“ umgangen werden. Wählt man hier „Einfache Suche“ aus, gelangt man in eine Maske in welche die Anzahl der Reisenden, Abflug- und Zielflughafen, der früheste Abflugtermin (auch alternativ) sowie die Aufenthaltsdauer eingegeben werden können. Außerdem finden sich hier ebenfalls die Auswahlmöglichkeiten zu Hotelkategorie, Zimmertyp und Verpflegung wieder (siehe Darstellung 36, S. 87)

Sind alle Eingaben gemacht, hat der Expedient zwei Möglichkeiten, sich Angebote zu den eingegebenen Suchkriterien darstellen zu lassen. Durch einen Klick auf den Button „Suche“ wird eine reine IFF-Datenbankabfrage durchgeführt, wobei nicht vollkommen sicher ist, ob die unter dem Reiter „Angebote“ angezeigten Reisen noch verfügbar sind. Eine Prüfung auf Vakanz erfolgt bei einem zusätzlichen Klick auf den Button „Vakanz“. Dabei werden die Angebote als „vakant“, „nicht vakant“, „ungeprüft“ oder „unklar“ gekennzeichnet und auf getrennten Tabellenblättern dargestellt.²¹³

²¹³ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 34: Amadeus Destino, Reiter: Zimmer



Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Darstellung 35: Amadeus Destino, Reiter: Rückflug

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Start-Amadeus

Amadeus Vista

AMADEUS DESTINO

Wunsch Expedient Drucken ?

Wunsch Angebote

Überblick Reisegruppe Hinflug Zielgebiet Hotel Zimmer Rückflug

Spätestes Abflugdatum:

3-Letter-Code Flughafen

Abflughafen:

Zielflughafen: 1.

2.

3.

Suche Vakanzsuche

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Darstellung 36: Amadeus Destino, Einfache Suche

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Amadeus Germany

Amadeus Vista

Amadeus Destino

Einfache Suche

Reisende: 2 Für Ermäßigungen geben Sie bitte Geburtsdaten im Reiter "Reisegruppe" an.

Abflughafen: ☒ FRA Frankfurt

Zielflughafen: ☒ LPA Las Palmas

Frühestes Abflugdatum: Mi 15.12.2004 Varianz: 3 Tage Dauer: 7 Tage

Hotelkategorie *

- ☐ Einfach
- ☐ Standard
- ☒ Mittelklasse
- ☒ Komfortklasse
- ☐ First-Class
- ☐ Luxusklasse

Zimmertyp *

- ☐ Einzelzimmer
- ☒ Doppelzimmer
- ☒ Studio
- ☒ Appartement
- ☐ Bungalow / Villa
- ☐ Suite

Verpflegung *

- ☐ Ohne Verpflegung
- ☒ Frühstück
- ☒ Halbpension
- ☐ Vollpension
- ☐ All Inclusive

Papierkorb

Toolbox

ckflug
25.12.2004
Frankfurt
ide(r), A
ide(r), B

Office ID: DUSL12150

Quelle: Rodaebel, 2004, o.S.

Als „ungeprüft“ gelten Angebote von denen derzeit keine Rückmeldung vom Veranstalterrechner vorliegt. Als „unklar“ sind Angebote gekennzeichnet, die eventuell auf Anfrage buchbar sind.

Das Verfahren der nachträglichen Vakanzprüfung erspart sich der Expedient, indem er auf einem der Tabellenblätter der Rubrik Wunsch, statt auf „Suche“ sofort auf den benachbarten Button „Vakanzsuche“ klickt. Unter dem Tabellenblatt „Angebote“ werden demgemäß nur auf Verfügbarkeit überprüfte Reisen angezeigt. Dabei kommuniziert Amadeus im Hintergrund direkt mit den Veranstaltersystemen.

Es werden zunächst immer zehn auf Vakanz geprüfte Angebote dargestellt. Durch einen Klick auf „weitere Angebote“ erhöht sich die Anzahl um weitere zehn Angebote.

Indem die Vakanzprüfung in direkter Kommunikation mit den Veranstalterrechnern durchgeführt wird, ist es möglich, in der Angebotsübersicht von Destino, den Gesamtpreis der Reise darzustellen. Des Weiteren erkennt der Expedient neben dem Status (vakant / nicht vakant / ungeprüft / unklar), den Grad der Kundenwunscherfüllung (angegeben in Prozent), die Kategorie sowie Zimmer- und Verpflegungsart, den Urlaubsort, Hin- und Rückflug, An- und Abreisedatum und den Reiseveranstalter des jeweiligen Angebotes.

Die Angebote erscheinen zunächst nach dem Übereinstimmungsgrad mit den Kundenwünschen sortiert. Weiteres Kriterium der Angebotsdarstellung ist die hinterlegte Verkaufssteuerung, die jedes Reisebüro bzw. jede Kette oder Kooperation über die Portevo-Plattform festlegen kann. Dabei lassen sich die Veranstalter in individuell benennbare Kategorien, wie z.B. Kern- und Allgemein-sortiment, einteilen. So kann beispielsweise auch ein spezielles „Aktionssortiment“ festgelegt werden, sofern ein Veranstalter für einen bestimmten Zeitraum z.B. einen Verkaufswettbewerb anbietet. Die Angebotsdarstellung kann durch den Expedienten beeinflusst werden. Durch einen Klick auf ein Kriterium in der Angebotsleiste, werden die Angebote nach diesem sortiert.²¹⁴

²¹⁴ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 37: Amadeus Destino, Reiter: Angebote

Amadeus Vista - Microsoft Internet Explorer bereitgestellt von Start-Amadeus

Amadeus Vista

AMADEUS DESTINO

Wunsch Expedient Drucken ?

Wunsch Angebote

☒ Vakant (15)
 ☐ Unklar (2)
 ☐ Nicht vakant (3)

Nr.	Status	LM	%	Hotelname	Kategorie	Zimmer	Verpfl.	Ort	Hinflug	Rückflug	Ab	Rück	VA	Gesamtpreis
1.			100	Aimia	Komfortklas...	DZ	HP	Port De Soller	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	2252,00 EUR
2.			100	Aimia	Komfortklas...	DZ	HP	Port De Soller	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	2532,00 EUR
3.			100	Aimia	Komfortklas...	DZ	HP	Port De Soller	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	2672,00 EUR
4.			100	Alondra	Komfortklas...	DZ	HP	Cala Ratjada	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	NEC	1174,00 EUR
5.			100	Alondra	Komfortklas...	DZ	HP	Cala Ratjada	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	NEC	1174,00 EUR
6.			100	Arabella Sheraton Golf...	First-Class	DZ	HP	Palma / Son Vida	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	5636,00 EUR
8.			100	Arabella Sheraton Golf...	First-Class	DZ	HP	Palma / Son Vida	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	5636,00 EUR
13.			100	BLAU Royal Medterra...	Komfortklas...	DZ	HP	Sa Coma	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	NEC	2014,00 EUR
14.			100	BLAU Royal Medterra...	Komfortklas...	DZ	HP	Sa Coma	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	NEC	2146,00 EUR
15.			100	Bahia del Este	Komfortklas...	DZ	HP	Cala Millor	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	SLR	1554,00 EUR
16.			100	Bahia del Este	Komfortklas...	DZ	HP	Cala Millor	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	NEC	1674,00 EUR
17.			100	Bahia del Sol	Komfortklas...	DZ	HP	Santa Ponca / Santa P...	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	ALL	1248,00 EUR
18.			100	Barcelo Albatros	Komfortklas...	DZ	HP	Bietas	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	2016,00 EUR
19.			100	Barcelo Albatros	Komfortklas...	DZ	HP	Bietas	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	2072,00 EUR
20.			100	Barcelo Flamingo	Komfortklas...	DZ	HP	Platja / Playa De Palma	FRA-PMI	PMI-FRA	17.05.04	31.05.04	TOC	1858,00 EUR

20 von 150 Angeboten

Details

 Weitere Angebote
 Infos
 Vakanz
 Übergabe
 Drucken

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Interessiert sich der Kunde näher für eines der dargestellten Angebote, erhält der Expedient über den Button „Details“ Informationen, welche aus der IFF-Datenbank stammen (siehe Darstellung 38, S. 91). Neben einer Kurzdarstellung von Hotel, Zimmer und anbietendem Reiseveranstalter, erhält der Expedient hier die Katalogdaten (Seitenangabe in Farb- und Preisteil). Außerdem ist das Ergebnis der TOMA-Abfrage (der Vakanzüberprüfung) hinterlegt.

Für nähere Informationen zu Hotel und Reiseziel verfügt Destino über eine Schnittstelle zu GIATA. Ein Klick auf den Button „Infos“, welcher ebenfalls unter dem Reiter „Angebote“ zu finden ist, genügt. (siehe Darstellung 39, S.92).

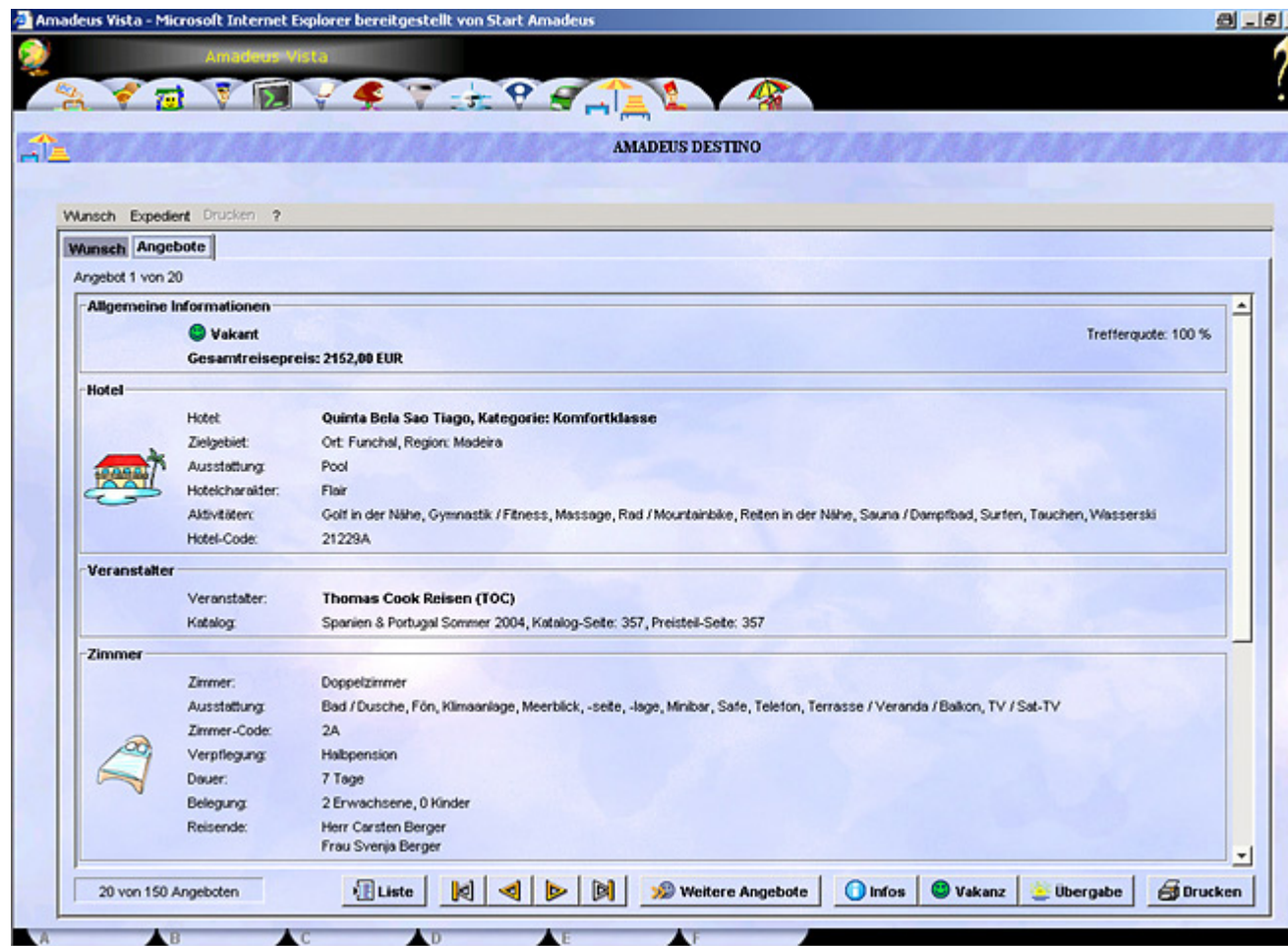
Hat sich der Kunde für eines der Angebote entschieden, lässt sich dieses einfach mit einem Klick auf den Button „Übergabe“ in die TOMA-Maske übernehmen, um dort die Buchungsabwicklung vorzunehmen.

Bei Problemen im Umgang mit Amadeus Destino erhält der Expedient, durch einen Klick auf das große Fragezeichen am oberen rechten Bildrand, Zugang zu Amadeus eGuide, welcher prozessorientierte Verfahrensbeschreibungen, Funktionsübersichten und Hilfestellungen bietet. Über die gleiche Funktion gelangt der Expedient zu Vistalandscape. Dort kann er sich via Internet durch Amadeus Destino führen lassen, selbst interaktiv die Funktionen ausprobieren und sich somit mit dem System vertraut machen.

Support ist ferner telefonisch über eine Hotline erhältlich. Für monatlich € 3.- Grundentgelt pro Terminal kostet ein Anruf 0,09 € / Minute. Nimmt man dieses Paket nicht in Anspruch, zahlt man ein Verbindungsentgelt von 1,86 € / Minute.²¹⁵

²¹⁵ Vgl. Rodaebel, 2004, o.S.

Darstellung 38: Amadeus Destino, Reiter: Angebote - Details



Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.

Darstellung 39: Amadeus Destino, Reiter: Angebote – Infos GIATA

The screenshot displays the Amadeus Destino web application interface. The left sidebar contains navigation tabs: 'Wunsch', 'Expedient', and 'Drucken'. The 'Wunsch' tab is active, showing 'Angebot 1 von 20'. Below this, there are sections for 'Allgemeine Informationen' (indicating 'Vakant' and a price of 2152,00), 'Hotel' details (Quinta I, Ort: Funchal, Ausstattung: Pool, Flair, Golf in d, Hotel-Code: 21229A), 'Veranstalter' (Thomas, Spanien), and 'Zimmer' details (Doppelzimmer, Bad / Dusche, Zimmer-Code: 2A, Halbpension, 7 Tage, 2 Erwachsene, Herr Car, Frau Svi).

The main content area displays the hotel 'Quinta Bela Sao Tiago'. It features a photograph of a hotel room labeled 'Wohnbeispiel'. Below the photo, the text reads: 'Schöner Wohnen. Frühbuchervorteil. Preisvorteil, zum Beispiel 7=6, 14=12, 21=18. Flitterwochen-Extras.' The 'Lage:' section states: 'Die Quinta Bela São Tiago liegt inmitten der Altstadt in ruhiger Wohngegend, umgeben von einem großen Garten mit tropischer Vegetation und Blick über die Bucht von Funchal. Das Zentrum ist zu Fuß in wenigen Minuten erreichbar.' The 'Ausstattung:' section describes the hotel as a restored manor house with 46 guest rooms, reception, bar, piano bar, restaurant, lounge, library, winter garden, and lifts. It also mentions outdoor facilities like a swimming pool, panoramic view, and children's pool, along with free amenities like towels and sun umbrellas.

Quelle: Vistalandscape, 2004, o.S.



4.3 travel-IT GmbH – LMplus

Die travel-IT GmbH & Co.KG entstand am 01.04.1999 als Ergebnis eines Management-Buy-Outs der Stinnes-data-Service GmbH. Dr. Günther Buchholz, der bis zu diesem Zeitpunkt die DV-Dienstleistungssparte der Stinnes AG leitete, ist seit der Gründung geschäftsführender Gesellschafter. Der Front-Office-Bereich der Stinnes-data-Service GmbH beschäftigte sich seit 1997 intensiv mit Datenbanken für Last-Minute-Reisen und stellte auf der ITB 1998 die veranstalterübergreifende Datenbank LMplus vor. Aufgrund der positiven Reaktionen wurde diese Produktlinie zuerst von Stinnes-data-Service GmbH und anschließend von travel-IT weiterentwickelt.²¹⁶

Von der ursprünglich veranstalterübergreifenden Datenbank LMplus, welche man heute als Vertriebsunterstützungssystem bezeichnet, gibt es drei verschiedene internetbasierte Versionen:²¹⁷

- LMplus up-2-date
- LMplus direkt
- LMplus

Über LMplus up-2-date werden Angebote über die CRS von Amadeus Germany oder Sabre-merlin gebucht. Die Aktualisierung der Datensätze erfolgt im 15-Minuten-Takt. Die Versionen LMplus direkt und LMplus sind an das hauseigene CRS bum@ angeschlossen. Bei dieser Version werden die Angebote ständig und ohne zeitliche Verzögerung aktualisiert. Unterschiede zwischen den beiden letztgenannten Versionen sind z.B. dass über LMplus direkt keine TUI Angebote zur Verfügung stehen, bzw. dass die Verkaufssteuerung in ihrer Funktionsweise eingeschränkt ist. Laut travel-IT sollen sämtliche LMplus direkt-Anschlüsse durch LMplus ersetzt werden.²¹⁸

²¹⁶ Vgl. travel-IT, 2004a, o.S.

²¹⁷ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

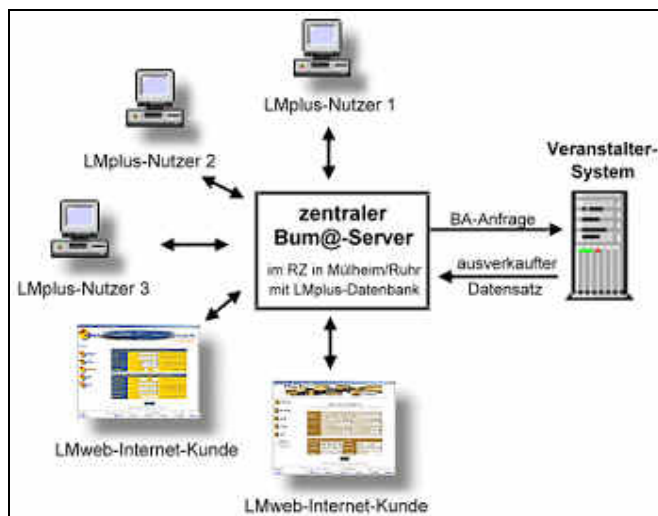
²¹⁸ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

Internet-User können LMplus auch direkt über das Internet nutzen. Dafür steht die Internet Booking Engine LMweb zu Verfügung. Für LMweb stehen die Datensätze ebenfalls immer tagesaktuell zur Verfügung.²¹⁹

Die Aktualisierung der Datenbank erfolgt nach jeder Buchungsanfrage. Erscheint nach einer Buchungsanfrage die Meldung „Angebot ist ausgebucht“, werden die entsprechenden Angebote aus der LMplus-Datenbank gelöscht. So ist die Datenbank tagesaktuell bereinigt und steht für sämtliche bum@-Nutzer zur Verfügung. Werden die Angebote über andere CRS gebucht, findet alle 15 Minuten ein Datenabgleich statt.²²⁰

Alle aufgeführten travel-IT-Produkte beziehen ihre Daten aus der LMplus-Datenbank aus dem Rechenzentrum in Mülheim/Ruhr.

Darstellung 40: LMplus Technik



Quelle: travel-IT, 2004d, o.S.

Über die LMplus-Datenbank sind über 20 Millionen Datensätze von über 40 Reiseveranstaltern buchbar. Mittlerweile können Angebote bis drei Monate vor Reiseantritt angezeigt und gebucht werden. Die Datensätze setzen sich aus ca.

²¹⁹ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

²²⁰ Vgl. travel-IT, 2004d, o.S.

sieben Millionen INFX-Datensätzen und ca. 13 Millionen e-Package-Angeboten zusammen.²²¹

Unter einem e-Package-Angebot versteht man eine dynamische Kombination des aktuell günstigsten Charterflug-Angebotes, der Hotelangebote des Reiseveranstalters Schauinsland Reisen und einer Transfermöglichkeit (Mietwagen oder Bustransfer mit Reiseleitung). Schauinsland Reisen und travel-IT gestalten diese Angebote in Zusammenarbeit. Diese Reiseangebote fließen in die LMplus-Datenbank ein und werden täglich an die Verfügbarkeiten der Charterflug-Angebote angepasst. Die e-Package-Angebote können mit den „restlichen“ Last-Minute-Angeboten in Bezug auf den Preis verglichen werden.²²²

Um die e-Package-Angebote nutzen zu können, muss dieses Modul eingerichtet werden. Die einmalige Einrichtungsgebühr beläuft sich auf € 250,-, die monatliche Gebühr pro Reisebüro beträgt € 10,-.²²³

LMplus wird zurzeit von mehr als 2.100 Reisebüros zum Vertrieb von Last-Minute-Reisen eingesetzt.²²⁴

In der Eingabemaske von LMplus befindet sich eine Buttonleiste, mit der verschiedene Aktionen ausgelöst werden können.

Darstellung 41: LMplus Buttonleiste



Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²²¹ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

²²² Vgl. travel-IT, 2004c, o.S.

²²³ Vgl. travel-IT, 2004b, o.S.

²²⁴ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

Die einzelnen Buttons haben folgende Bedeutungen:²²⁵



Klickt man auf diesen Button, leert sich die LMplus-Eingabemaske und es kann eine neue Suche gestartet werden. Ändert man die Suchkriterien, ohne vorheriges Leeren, werden die Angebote sofort angepasst.



Hierüber lässt sich für den Abflug ein bestimmter Flughafen (oder eine Region) definieren, der dann automatisch bei jeder neuen Anfrage vorab eingestellt ist.



Wird der Button „Top“ gedrückt, erscheinen lediglich die Angebote der Reiseveranstalter in der Angebotsliste, die unter Priorität 1 oder 2 abgespeichert wurden (Erklärung Priorität siehe folgenden Button). Durch erneutes Klicken erscheinen wieder sämtliche Angebote aller Prioritäten.



Klickt man auf diesen Button, öffnet sich ein Fenster, mit folgenden Auswahlmöglichkeiten:

- Set-up
- Diagnose
- Wunsch-Merker
- Länderinfo
- News

Im Set-up-Menü werden wichtige Voreinstellungen hinterlegt.

Möchte man die Informationen von Traveltainment, den Online-Katalogen und den Reiseversicherungs-Tarifen der Europäischen Reiseversicherung nutzen,

²²⁵ Vgl. LMplus Handbuch, 2004, o.S.

aktiviert man die entsprechenden Felder, die unter LM+ Setup zu finden sind. Die entsprechenden Buttons erscheinen anschließend auf der Eingabemaske.

Unter Reservierungssystem wird das entsprechende CRS markiert, das bei Buchung genutzt wird. „KV bei BA“ steht für „Keine Versicherung bei Buchungsanfrage“. Bleibt dieses Feld unmarkiert, erscheint bei Buchung über bum@ ein Hinweisfenster, welches an den Verkauf einer Reiseversicherung erinnert.

Des Weiteren kann man in diesem Fenster zwischen zwei Mietwagen-Anbietern, Sunnycars oder Holiday-Autos, wählen, von welchem Mietwagenangebote dargestellt werden sollen.

Darstellung 42: LMplus Set-up

The screenshot shows the 'LM+ Setup' window with several configuration sections:

- LM+ Setup:**
 - ☒ Traveltainment
 - ☒ Online-Katalog
 - ☒ ERV-iSchutz
- Reservierungssystem:**
 - ☐ Start Comfort
 - ☐ Start-ISBN
 - ☐ Start-Web
 - ☐ Merlin
 - ☒ Bum@
- Mietwagen:**
 - ☒ Sunnycars
 - ☐ Holiday-Autos
- Verkaufssteuerung:**
 - ☐ Priorität 1
 - ☐ Priorität 2
 - ☐ Priorität 3
 - ☒ Priorität 4
 - ☐ Ausblenden
- Giata:**
 - ☒ CD
 - ☐ ExtraNet

On the right, a table lists various travel agencies with their codes, groups, organizers, and other details.

Code	Gruppe	Veranstalter	Ang.	Hotels	Prio	weg
AB	-	Air Berlin	0	0	4	
ACS	-	acs Touristik	0	0	4	
AERO	-	AeroLloyd Flugreisen	0	0	4	
ALL	-	alltours	0	0	4	
ATK	-	Attika Reisen	0	0	4	
BEN	-	Bentour Reisen	0	0	4	
BFR	-	Berliner Flug Ring	0	0	4	
BIG	-	BigXtra Touristik	0	0	4	
CBM	-	Club Blaues Meer	0	0	4	
DEM	-	Destination Mediterane	0	0	4	
ETI	-	Express Travel Int.	0	0	4	
ETS	-	European Tourist Service	0	0	4	
GTI	-	GTI Travel	0	0	4	
HERM	-	Hermes Touristik	0	0	4	
IFL	-	Interflug	0	0	4	
MED	-	Medina Reisen	0	0	4	
MEDI	-	Meditour Reisen	0	0	4	
MOT	-	Monorama Touristik	0	0	4	
NAZ	-	Nazar Holiday	0	0	4	
OLI	-	Olimar Reisen	0	0	4	
OLV	-	Olive Tours	0	0	4	
PHX	-	Phoenix Reisen	0	0	4	
PLR	-	Plärrer Reisen	0	0	4	
SLR	-	Schauinsland Reisen	0	0	4	
SUN	-	SunMed	0	0	4	
AIM	COOK	Air Marin Flugreisen	0	0	4	
BU	COOK	Bucher Reisen	0	0	4	
CFI	COOK	Condor Flugdienst	0	0	4	
KRZ	COOK	Kreutzer Touristik	0	0	4	
NEC	COOK	Neckermann Reisen	0	0	4	
TOC	COOK	Thomas Cook	0	0	4	
FTI	FTI	Frosch Touristik	0	0	4	
ITS	REWE	ITS Reisen	0	0	4	
JÄHN	REWE	Jahn Reisen	0	0	4	
JB	REWE	LTUplus	0	0	4	

Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.

Unter „Verkaufssteuerung“ können die einzelnen Reiseveranstalter, die rechts aufgelistet sind, verschiedenen Prioritäten zugeordnet werden. Bei einer Ange-

botssuche erscheinen dann die Angebote der Reiseveranstalter, die einer Priorität zugeordnet wurden, entsprechend farblich. So sieht der Expedient auf einen Blick, welches Angebot welcher Priorität zugeordnet ist. Mit dieser Funktion können z.B. Provisionsstaffeln optimal genutzt werden. Die Angebote von Veranstaltern, mit denen kein Agenturvertrag besteht, können ausgeblendet werden. „Top-Prio“ hat die gleiche Funktion wie der „gelbe Smiley“ auf der Eingabemaske, d.h. es werden nur die Angebote angezeigt, die der Priorität 1 oder 2 zugeordnet sind. Sollen bei jedem Neustart zunächst lediglich die Top-Veranstalter angezeigt werden, muss das Feld „Top Veranstalter“ aktiviert werden.

Eine weitere Einstellung in diesem Fenster ist das Aktivieren des GIATA-Hotelguides. Voraussetzung hierfür ist die entsprechende Lizenz.

Treten Fehler im System auf, werden diese im Diagnose-Tool hinterlegt, welches ebenfalls über den „Menü-Button“ angewählt werden kann. Hier befinden sich technische Daten, die der Kundenbetreuung bei der telefonischen Problemlösungen helfen soll.

Unter dem „Wunsch-Merker“, hat man die Möglichkeit, eine Suchabfrage, die oft getätigt wird, unter einem individuellen Namen abzuspeichern. Dazu werden die Suchkriterien in die Eingabemaske eingegeben und anschließend über den „Wunsch-Merker“ gespeichert. Die gespeicherten Daten können dann zu jedem späteren Zeitpunkt wieder geladen werden.

Über die „Länderinfo“ gelangt man automatisch auf die Internetseite des Auswärtigen Amtes. Dort kann man sich beispielsweise über die politischen, kulturellen oder wirtschaftlichen Beziehungen des gewünschten Urlaublandes informieren.

Wählt man „News“ aus, öffnet sich ein Fenster, in welchem die neusten Informationen, wie z.B. neue Funktionsmöglichkeiten bei LMplus, ersichtlich sind.²²⁶



Wird das „Hilfe-Feld“ angeklickt, öffnet sich das elektronische Handbuch, welches das System und seine Funktionen beschreibt. Neben dieser

²²⁶ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

Hilfefunktion, steht den Expedienten eine kostenlose Hotline zur Verfügung.



Über diesen Button gelangt man per Link zur Internetseite des Reiseveranstalters Schauinsland Reisen, hier findet man die entsprechende Beschreibung des ausgewählten Hotels. Diese Funktion soll Kataloge in Papierform ersetzen. Bisher sind nur Katalogseiten dieses Veranstalters integriert, allerdings soll das Modul erweitert werden. Stehen keine Informationen zur Verfügung, ist der Button nicht aktiv.



Klickt man auf diesen Button, erhält man Bild- und Textinformationen zum ausgewählten Hotel über den GIATA-Guide. Voraussetzung hierzu ist, dass das Reisebüro die GIATA-Lizenz besitzt. Ist der Button bei einem Hotel nicht aktiviert, sind zu diesem Angebot keine Informationen hinterlegt.



Hier sind Kurzinformationen zum selektierten Angebot, für den schnellen Überblick, hinterlegt. Die Angaben werden von IFF zur Verfügung gestellt und sind für LMplus lizenziert.

Darstellung 43: LMplus IFF Bistro-Hoteldetails

Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.



Per Klick auf diesen Button, kann man schnell und übersichtlich zwischen Charterflug und Hotelangeboten wechseln. Hat man zuerst nach einem Flug gesucht und klickt dann auf diesen Button, kann man nun nach einem passenden Hotel suchen, wobei sämtliche relevanten Daten übernommen werden. Diese Funktion kann auch im Bereich 1 unter dem Kriterium „Reisetyp“ ausgelöst werden.



Hierüber können Angebote zu einem bestimmten Hotel und für den angegebenen Zeitraum, veranstalterübergreifend angezeigt werden. Durch diese Funktion können dem Kunden Preis-, Termin- oder Veranstalteralternativen einer bestimmten Hotelleistung gezeigt werden.



Mit dem „Export-Button“ werden verschiedene Angebote gespeichert und für den Druck in MS Word vorbereitet. Mit dieser Funktion kann der Expedient am Ende eines Kundengesprächs dem Kunden eine Liste der ausgewählten Angebote ausdrucken und mitgeben.



Durch einen Klick auf dieses Feld öffnet sich das LMplus-Druckcenter. Hier kann zwischen verschiedenen Formularen, wie „Angebot groß“ oder „Handzettel“, gewählt und anschließend gedruckt werden. Vorraus-

setzung für das Drucken ist ein vorheriger Export des Angebotes in MS Word.



Über diesen Button erhält man eine Auflistung aller Mietwagen-Tarife für das ausgewählte Zielgebiet. Die Angebote werden nach dem Preis sortiert angezeigt. Des Weiteren sind die Fahrzeuginformationen sowie die Versicherungsbedingungen ersichtlich. Eine Datenübernahme in das CRS ist direkt aus dem Fenster per Mausklick möglich.

Darstellung 44: LMplus Mietwagen

The screenshot shows the LMplus Mietwagen application window. On the left, there are input fields for 'Anmiettag' (061004), 'Dauer' (7), and 'Station' (AYT, Antalya). Below these is a 'Legende' (Legend) with symbols for various car features. The main area displays a table of car rental offers, sorted by price. The bottom right section contains 'INFORMATIONEN UND MIETBEDINGUNGEN FÜR DAS GEWÄHLTE FAHRZEUG' (Information and rental conditions for the selected vehicle).

Auto-Typ	Grp	Preis (Eur)	4 Tg	3 Tg
Renault Clio 3dr	A	299	240	180
Renault Clio 3dr a/c	F	355	284	213
Renault Clio 5dr a/c	F1	369	296	222
Fiat Palio Weekend 5dr a/c	M	406	324	243
Fiat Marea 5dr a/c	G1	489	392	294
Ford Focus 4dr a/c	H	532	424	318
Alfa Romeo 147 5dr a/c	H1	645	516	387
Ford Focus 4dr a/c aut	K	648	520	390
Minibus 9str	Z	679	544	408
Minibus 9str a/c	Z1	719	576	432
Ford Mondeo 4dr a/c aut	K1	959	768	576

INFORMATIONEN UND MIETBEDINGUNGEN FÜR DAS GEWÄHLTE FAHRZEUG

MIETBEDINGUNGEN VOR ORT

- mietvertrag in englisch und tuerkisch
- mindestalter: 21 jahre.
- fuehrerschein: mindestens 1 jahr alt, internationaler fuehrerschein nicht erforderlich.
- kautiön: per kreditkarte(auf fahrename).gbp 130.
- selbstbeteiligung: keine. erstattungsmodalitaeten siehe agbs.
- tankregelung: abgabe mit gleicher tankmenge wie bei fahrzeugeubernahme.

Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.



Hierüber kann man das ausgewählte Angebot per Mausklick direkt in das gewünschte CRS übernehmen. Klickt man mit der rechten Maustaste auf

diesen Button, erscheint ein Fenster, in welchem man weitere Reservierungssysteme alternativ auswählen kann.²²⁷

Die LMplus Eingabemaske kann in fünf Bereiche eingeteilt werden. Im Bereich 1 werden die Suchkriterien eingetragen. Als erstes muss zwischen „Last-Minute“ (LM), „Nur-Flug“ oder „Nur-Hotel“ gewählt werden. Zwischen den Kriterien „Nur-Flug“ und „Nur-Hotel“ befindet sich eine Umschalt-Taste, welche die gleiche Funktion aufweist, wie der „Switch-Button“. Das nächste Kriterium ist die Anzahl der Reisenden. Dabei können maximal vier Erwachsene und zwei Kinder eingetragen werden. Durch Angabe des Alters der Kinder werden bei der Suche Kinderpreisermäßigungen berücksichtigt.²²⁸

Darstellung 45: LMplus Eingabemaske

The screenshot displays the LMplus input mask, which is divided into five numbered regions. Region 1 (top left) is for search criteria, including 'Ort' (Location), 'Ziel' (Destination), '€' (Price), and 'Ang.' (Number). Region 2 (top right) shows a list of hotels with columns for 'Hotel', 'Ziel', 'Zielort', '*', 'Ver.', 'Unter', 'Tg', '€', 'p', and 'Ang.'. Region 3 (bottom left) contains flight details like 'Reisezeit' (Travel time), 'Dauer' (Duration), and 'Min.' (Minimum). Region 4 (bottom right) contains accommodation details like 'Preisbereich' (Price range), 'Verpflegung' (Food), 'Zimmerart' (Room type), and 'Kategorie' (Category). Region 5 (bottom center) contains a calendar for selecting travel dates. The interface also includes a menu bar at the top and a status bar at the bottom.

Quelle: LMplus Demoverision, 2004, o.S.

²²⁷ Vgl. LMplus Handbuch, 2004, o.S.

²²⁸ Vgl. LMplus Demoverision, 2004, o.S.

Das Eingabefeld „Abflughafen“ erlaubt die Eingabe von mehreren Abflughäfen gleichzeitig. Dabei können diese wahlweise als 3-Letter-Code eingegeben oder über ein Pull-down-Menü ausgewählt werden. In diesem Menü gibt es außerdem die Möglichkeit ein geographisches Gebiet auszuwählen, für welches alle Flughäfen in das Eingabefeld übernommen werden. Für die Reisezeit werden der Hin- und Rückflugtermin sowie die minimale und/ oder maximale Reisedauer eingetragen.²²⁹ Einträge in den Feldern „Abflug“ und „Reisezeit“ sind Pflicht. Eine Angebotsdarstellung beginnt frühestens nach Eingabe dieser Felder.²³⁰

Im Bereich 2 besteht die Möglichkeit eine weitere Einschränkung der Angebotsauswahl zu erzielen, indem der Expedient den minimalen und/ oder maximalen Preisbereich des Kunden angibt. Für die Auswahl der Verpflegungs- und der Zimmerart können jeweils Pull-down-Menüs aufgerufen werden, die verschiedene Auswahlmöglichkeiten bieten. Unter „Verpflegungsart“ kann man beispielsweise zwischen Halb- oder Vollpension und unter „Unterkunftsart“ beispielsweise Doppelzimmer oder Studio wählen. Wünscht der Kunde eine bestimmte Hotelkategorie, kann der Expedient im nächsten Eingabefeld die Anzahl der Sterne eintragen. Über eine Suchfunktion kann nach bestimmten Hotels gesucht werden. Dabei wird das Feld „Suche“ per Mausklick markiert und anschließend im dazugehörigen Pull-down-Menü ein Kriterium wie „Hotelname“ oder „Ort“ ausgewählt. Im letzten Feld wird dann der entsprechende Name oder Ort eingetragen.²³¹

Zur weiteren Eingrenzung der Suche verfügt das System über spezielle Unterkunftskriterien, wie „Clubatmosphäre“ (Club), „Animation“ (Anim.), „direkte Strandlage“ oder „Family“, die ausgewählt werden können. Übernommen wurden diese Kriterien aus dem Bistro-System der TravelTainment AG.²³²

Bereits nach Eingabe des Abflugflughafens und der gewünschten Reisezeit werden die Zielregionen sowie die Anzahl der jeweiligen Angebote und der dazugehörige niedrigste Preis eines Angebotes dieser Region im Bereich 3 alpha-

²²⁹ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³⁰ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

²³¹ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³² Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

betisch sortiert angezeigt. Mit einem Klick auf eine „Zielregion“, erscheinen darunter grau unterlegt sämtliche Zielflughäfen. Hier wird der Ort, das Ziel (als 3-Letter-Code), der niedrigste Preis und die Anzahl der Angebote angezeigt. Eine Sortierung nach Preis oder Anzahl der Angebote ist möglich. Zeitgleich mit der Auflistung der Zielregionen erscheinen in der Hotelliste (Bereich 4) alle verfügbaren Hotelangebote. Wählt man eine bestimmte Zielregion aus, beschränken sich die Hotelangebote auf die ausgewählte Region.²³³ Die Anpassung der Hotelangebote zu den ausgewählten Zielregionen geschieht zeitgleich.²³⁴

Die Hotelliste liefert für jedes angezeigte Angebot folgende Informationen: Hotelname, Zielflughafen als 3-Letter-Code, Zielort, Anzahl der Sterne, günstigster Reiseveranstalter dieses Angebots, Unterkunftsart, Aufenthaltsdauer, Preis pro Person, Priorität des Veranstalters und Anzahl der verfügbaren Hotelangebote. Dabei wird das Angebot mit dem günstigsten Preis zuerst aufgeführt. Die Angebote können allerdings auch nach anderen Kriterien wie z.B. nach dem Hotelnamen oder der Aufenthaltsdauer sortiert werden. Hierfür muss der Expedient lediglich das entsprechend beschriftete Feld in der oberen Leiste der Maske anklicken.²³⁵

Um in die nächste Auflistung zu gelangen, markiert der Expedient mit der Maus ein Hotel. In der Angebotsliste (Bereich 5) werden die verfügbaren Termine, die Abflughäfen und der Preis des gewählten Hotels dargestellt. Hat sich der Kunde für ein Angebot entschieden, werden die Daten mittels des Buttons „BA“ in das CRS übernommen.²³⁶ Nun kann eine Vakanzanfrage ausgelöst werden. Ist das ausgewählte Angebot nicht mehr verfügbar, erscheint im CRS ein Hinweisfenster, welches darauf aufmerksam macht, dass diese Leistung nicht mehr buchbar ist. In diesem Fall wird das Angebot automatisch vom System aus der Angebotsdatenbank gelöscht.²³⁷

²³³ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³⁴ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

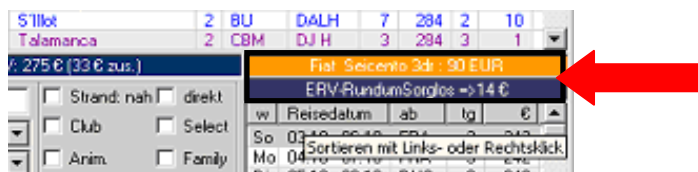
²³⁵ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³⁶ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³⁷ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.

Eine weitere Hilfe für den Expedienten, stellen die zwei Zeilen zwischen Bereich 4 und 5 dar. In der orangefarbenen Zeile wird immer der günstigste Mietwagen, für den gewählten Zeitraum und -ort angezeigt. Durch einen Klick auf dieses Feld öffnet sich die Mietwagenmaske, und es kann, wie bereits beschrieben, ein Mietwagen ausgewählt und gebucht werden.

Darstellung 46: LMplus Mietwagen mit Versicherungsangebot der Europäischen Reiseversicherung



Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.

In der blauen Zeile wird der Preis der Reiseversicherung der Europäischen angezeigt. Per Klick auf diese Zeile öffnet sich ein Fenster, in welchem man weitere Versicherungen, wie z.B. eine Reisegepäck-Versicherung auswählen kann.²³⁸

Darstellung 47: LMplus ERV-Versicherungsmodul



Quelle: LMplus Demoversion, 2004, o.S.

²³⁸ Vgl. LMplus Demoversion, 2004, o.S.

Für die Einrichtung der Systeme muss eine einmalige Gebühr von € 50,- gezahlt werden. Zusätzlichen fällt für LMplus und LMplus up-2-date eine monatliche Gebühr von € 50,- und für LMplus direkt eine monatliche Gebühr von € 30,- an.²³⁹ Die Nutzung des Reservierungssystems Bum@ ist kostenlos.²⁴⁰

²³⁹ Vgl. travel-IT, 2004e, o.S.

²⁴⁰ Vgl. Buchholz, 2004, o.S.



4.4 MySabre+merlin - merlin Shop

Der Zusammenschluss der beiden CRS-Anbieter Sabre und merlin fand im Jahr 2000 statt. Im Jahr 2002 wurde das Unternehmen in MySabre+merlin umfirmiert. Zusätzlich zum gleichnamigen Computerreservierungssystem bietet das Unternehmen unter anderem seit Dezember 2002 ein Vertriebsunterstützungssystem namens merlin Shop an. Deutschlandweit ist das internetbasierte merlin Shop auf 2.000 Terminals in Reisebüros und -ketten installiert.²⁴¹

Die monatliche Nutzungspauschale für merlin Shop beträgt pro Reisebüro € 49,-. Darin enthalten ist die Nutzung von merlinmehrblick, welches detaillierte Bild- und Textinformationen der GIATA mbH liefert. Umfangreiche Zielgebietsinformationen der TravelTainment AG sind ebenfalls enthalten.²⁴² Produktvoraussetzung für merlin Shop ist entweder das CRS MySabre+merlin, MySabre+merlin Single oder MySabre+merlin Intranet.²⁴³

Insgesamt kann man über merlin Shop im Pauschalbereich auf Angebote von ca. 42 Veranstaltern und im Last-Minute bzw. Kurzfristbereich für Pauschalreisen von 40 Veranstaltern zurückgreifen. Die Datensätze für Pauschalreisen werden von der IFF-Datenbank bezogen und entsprechen denen von Bistro. In der Last-Minute-Datenbank stehen täglich bis zu 15 Millionen Datensätze im INFX-Format zur Verfügung, die mehrmals täglich aktualisiert werden. Wie auch bei einigen anderen Vertriebsunterstützungssystemen werden nicht mehr buchbare Angebote aus der Datenbank herausgefiltert.²⁴⁴

Über die Benutzeroberfläche von MySabre+merlin können mit einem einfachen Klick die Masken „Merlin“, „Fähre“, „Flug“, „Sabre light“, „Shop“, „CRM“, „Leistungscode“, „Auftragsbearbeitung“, „Katalog“, „Kunde“ und „Verkaufsbeleg“ angesteuert werden.²⁴⁵

²⁴¹ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

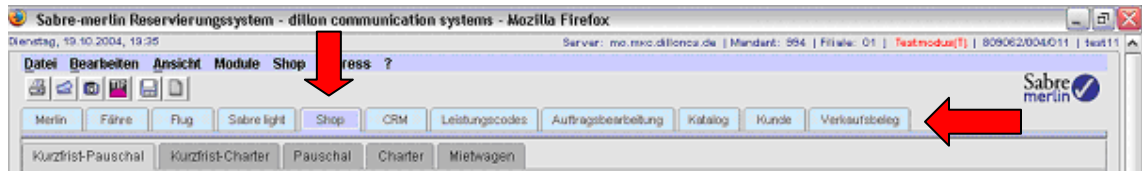
²⁴² Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁴³ Vgl. MySabre+merlin Informationsbroschüre, 2004, o.S.

²⁴⁴ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁴⁵ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 48 : MySabre+merlin - merlin Shop



Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Unter dem Reiter „Shop“ befinden sich folgende Module zur Auswahl:²⁴⁶

- Kurzfrist-Pauschal
- Kurzfrist-Charter
- Kurzfrist-Hotel (in der Demoversion 2.4.5 nicht enthalten)
- Pauschal
- Charter
- Mietwagen

In allen Kurzfrist-Bereichen stehen seit Oktober 2004 Kinderpreise inklusive einer Gesamtpreisdarstellung zur Verfügung.²⁴⁷ Leider war diese Darstellung zu diesem Zeitpunkt in der Version 2.4.5 nicht integriert.

Um Kurzfrist-Pauschalangebote abzurufen, müssen im Bereich 1 Abflughafen, frühester Hinflug, spätester Rückflug, minimale und maximale Dauer (7, 10, 14 oder 21 Tage) eingegeben werden. Die Eingabefelder der Flughäfen können als 3-Letter-Code sowie über ein Pull-down-Menü selektiert und eingetragen werden, wobei Mehrfachnennungen möglich sind. Der mögliche Zeitraum wird entweder manuell eingegeben oder über den aufrufbaren Kalender ausgewählt. Die Aufenthaltsdauer kann sowohl manuell sowie über ein Pull-down-Menü ausgesucht werden. Des Weiteren muss die Anzahl der Reisenden eingetragen

²⁴⁶ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁴⁷ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

werden.²⁴⁸ Zur Travel Expo 2004 wurde die Eingabemaske um die Eingabemöglichkeit von bis zu drei Kindern erweitert.²⁴⁹

Um das Angebot zu spezifizieren kann ein Preislimit pro Person gesetzt werden. Weitere Eingrenzungsmöglichkeiten bieten die Felder Reiseveranstalter bzw. Ausschluss bestimmter Reiseveranstalter, begrenzte Flugdauer, bestimmter Ort oder Hotel. Ebenfalls können im Bereich 1 Angaben zur Hotelkategorie, Zimmerart und Verpflegung angegeben werden.

Darstellung 49: merlin Shop Kurzfrist-Pauschal – „Senden“

Bereich 1

Bereich 2

VA	Abfl.	Ziel	Hotelname	****	Ort	VA-Co...	Beschreibung	Ve...	Von	D...	Preis	Bild	Frei?
IFL	FRA	AYT	CARETTA CARETTA ...	4	SIDE	DZ A	Doppelzim...	AI	05.11.04	7	239		
IFL	FRA	AYT	CLUBHOTEL BELLA	4	SIDE	DZ H	Doppelzim...	HP	05.11.04	7	239		
TUI	FRA	PMI	VALENTIN PAGUERA	3	PAGUERA	DBH H	Doppelzim...	HP	06.11.04	7	239		
TUI	FRA	PMI	VALENTIN PAGUERA	3	PAGUERA	DBH H	Doppelzim...	HP	07.11.04	7	239		
BU	FRA	PMI	COLONIA	1	COLONIA	AALU	Appartement	OV	08.11.04	7	239		
BU	FRA	PMI	RAN DE MAR_APP.	3	PAGUERA	AALU	Appartement	OV	08.11.04	7	239		
IFL	FRA	AYT	KAPPADOKIEN RUN...	4	SIDE	DZ H	Doppelzim...	HP	09.11.04	7	239		
IFL	FRA	AYT	CLUBHOTEL BELLA	4	SIDE	DZ H	Doppelzim...	HP	09.11.04	7	239		
IFL	FRA	AYT	CARETTA CARETTA ...	4	SIDE	DZ A	Doppelzim...	AI	09.11.04	7	239		
5VF	FRA	AYT	PÜREN	3	ALANYA	DBH H	Doppelzim...	HP	09.11.04	7	239		
BU	FRA	PMI	MARIA ISABEL	3	PLAYA DE PA...	DALH	Doppelzim...	HP	10.11.04	7	239		
BU	FRA	PMI	RAN DE MAR_APP.	3	PAGUERA	AALU	Appartement	OV	10.11.04	9	239		

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Zusätzlich zu den Eingabefeldern der Angebotssuche, befinden sich in der mittleren Spalte zwei weitere Eingabemöglichkeiten, die der Angebotsdarstellung dienen. Im Feld „Maximale Anzahl der Angebote“ kann die Anzahl

²⁴⁸ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁴⁹ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

der Angebote, welche dargestellt werden sollen, bestimmt werden. Zur Auswahl stehen 100, 300, 500 oder 1.000 Angebote. Nach welchem Kriterium die Angebotsdarstellung erfolgen soll, wie z.B. nach dem Preis, kann im Feld „Sortierkriterium“ beeinflusst werden. Optional können die Angebote im Bereich 2 durch Anklicken von beispielsweise „Preis pro Person“, „Hotel“ oder „Dauer“, aufsteigend oder absteigend sortiert werden.²⁵⁰

Wurden alle gewünschten Daten eingegeben, kann die Angebotssuche mit einem Klick auf „Suchen“ gestartet werden. Im Bereich 2 werden die Angebote veranstalterübergreifend dargestellt. Per Doppelklick auf ein Angebot wird die Vakanzanfrage ausgeführt. Optional kann diese über die rechte Maustaste, über den Button „Vakanz prüfen“ oder über die „Eingabe-Taste“ ausgelöst werden. Es können bis zu fünf markierte Angebote gleichzeitig auf Verfügbarkeit geprüft werden. Wenn ein Angebot noch zur Verfügung steht, erscheint in der Spalte „Frei?“ ein „ja“ und die Zeile ist grün unterlegt. Wird die Zeile rot unterlegt, ist das Angebot nicht mehr buchbar und in der entsprechenden Spalte erscheint ein „nein“.²⁵¹

Wählt man mit der rechten Maustaste ein Angebot aus, erscheint ein Kontextmenü, in dem die Funktionen „Verfügbarkeit prüfen“, „Informationen zur Verfügbarkeit“, „Übernahme des Angebots in die merlin-Maske“, „Hotelbild anzeigen“, „Reiseinformationen anzeigen“, „Druck vormerken“ und „Drucken“ ausgewählt werden können.²⁵²

²⁵⁰ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁵¹ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁵² Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 50: merlin Shop Kurzfrist-Pauschal - zusätzliche Funktionen

The screenshot shows a web application window titled 'Überblick 23.10.04 21.11.04' with a sub-header 'FRA FAO'. Below the header is a table with columns: VA, Abfl, Ziel, Hotelname, ****, Ort, VA-Co, Beschreibung, Va, Von, D..., Preis, Bild, I, and Frei?. The table contains several rows of travel packages. A context menu is open over the table, listing options: 'Verfügbarkeit prüfen', 'Informationen zur Verfügbarkeit', 'Übernahme des Angebots in die merlin-Maske', 'Hotelbild anzeigen', 'Regionsinformationen anzeigen', 'Druck vormerken', and 'Drucken'. At the bottom of the window, there are buttons: 'Vakanz prüfen', 'Angebot übernehmen', and 'Druck vormerken'.

VA	Abfl	Ziel	Hotelname	****	Ort	VA-Co	Beschreibung	Va	Von	D...	Preis	Bild	I	Frei?
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	333			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	13.11.04	7	333			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	06.11.04	7	338			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	07.11.04	7	343		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	344		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	344		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	350		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	355		ja	
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						370			
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						370			
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						377			
BU	FRA	FAO	PRAIA DA ROCHA CL	3	PRAIA DA ROCHA						334		ja	

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Unter „Informationen zur Verfügbarkeit“ werden dem Expedienten die Daten „Angebotsnummer“, „Veranstalter“, „Flugstrecke“, „Hotel“, „Verfügbarkeit“, „Preis“ und „Vakanzanfrage“ (VA) sowie die Veranstalterinformation übersichtlich dargestellt.²⁵³

Darstellung 51: merlin Shop Zusatzinformationen zur Verfügbarkeit

The screenshot shows a web application window titled 'Sabre-merlin Reservierungssystem - dillon communication systems - Mozilla Firefox'. The main menu includes 'Datei', 'Bearbeiten', 'Ansicht', 'Module', 'Shop', 'Express', and '?'. The 'Shop' module is selected. A sub-menu 'Zusatzinformationen zur Verfügbarkeit' is open, showing a form with the following fields: 'Angebotsnummer' (1294212), 'Veranstalter' (BU), 'Flugstrecke Hin' (-), 'Flugstrecke Rück' (-), 'Hotel' (COLONIA), 'Verfügbar' (ja), 'Preis' (478), and 'VA' (Buchung möglich, bitte komplettieren). Below the form, there is a section for 'Meldung' with a list of messages. At the bottom, there is a table with columns: VA, Abfl, Ziel, Hotelname, ****, Ort, VA-Co, Beschreibung, Va, Von, D..., Preis, Bild, I, and Frei?. The table contains several rows of travel packages. At the bottom of the window, there are buttons: 'Vakanz prüfen', 'Angebot übernehmen', and 'Druck vormerken'.

VA	Abfl	Ziel	Hotelname	****	Ort	VA-Co	Beschreibung	Va	Von	D...	Preis	Bild	I	Frei?
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	333			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	13.11.04	7	333			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	06.11.04	7	338			
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	07.11.04	7	343		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	344		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	344		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	350		ja	
ALL	FRA	FAO	OLYMPUS	4	VILAMOURA	A2BG	Appartement	FR	10.11.04	7	355		ja	
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						370			
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						370			
ALL	FRA	FAO	PINHAL DO SOL	3	QUARTEIRA						377			
BU	FRA	FAO	PRAIA DA ROCHA CL	3	PRAIA DA ROCHA						334		ja	

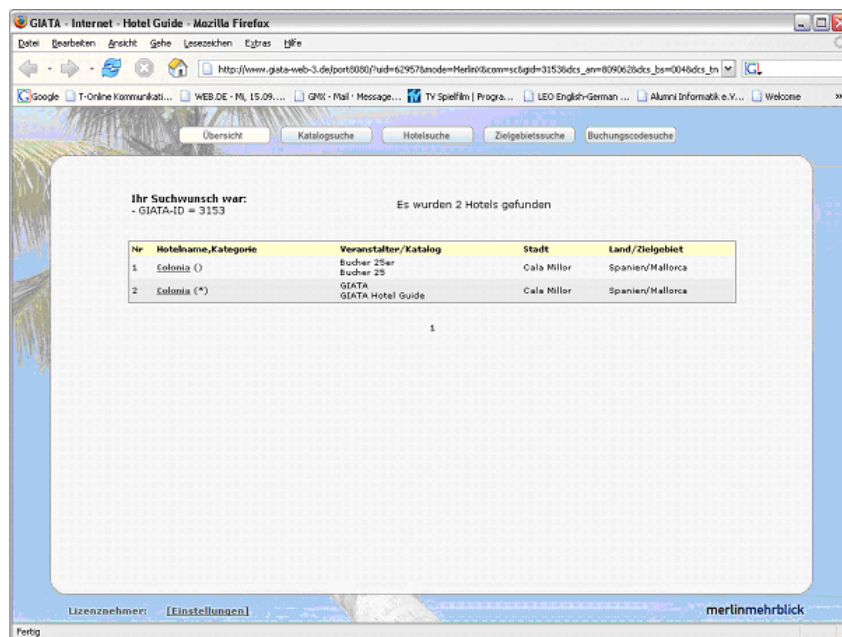
Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁵³ vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Mit Auswahl der Funktion, „Übernahme des Angebots in die merlin-Maske“, kann der Expedient das Angebot in das CRS übernehmen. Optional kann man die Daten per Doppelklick sowie mit der Taste „F4“ auf ein bereits geprüftes Angebot ins CRS übertragen.²⁵⁴

Befindet sich im Bereich 2 in der Spalte „Bild“ ein Fotoapparat, kann im Kontextmenü die Funktion „Hotelbild anzeigen“ gewählt werden. Nach der Auswahl öffnet sich das Fenster „merlinmehrblick“, welches zunächst eine Liste der verschiedenen Reiseveranstalter aufzeigt, die das ausgewählte Hotel anbieten. Hier finden sich die von GIATA gelieferten Hotelbeschreibungen und -bilder des selektierten Veranstalters.²⁵⁵

Darstellung 52: merlin Shop merlinmehrblick



Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Falls zu einer gewählten Destination Informationen hinterlegt sind, können diese über die Funktion „Regionsinformationen anzeigen“ aufgerufen werden. Diese Daten werden von der TravelTainment AG geliefert.²⁵⁶

²⁵⁴ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁵⁵ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁵⁶ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Des Weiteren gibt es die Möglichkeit, verschiedene Angebote zusammenzustellen und auszudrucken. Hierfür wird zunächst ein Angebot markiert. Mit einem Klick auf den Button „Druck vormerken“ wird das Angebot zum Druck in einer Zwischenablage gespeichert. Für weitere Angebote werden diese Schritte wiederholt. Um anschließend zu drucken, wird aus dem Kontextmenü eine der folgenden Druckoptionen ausgewählt:²⁵⁷

- Arbeitsliste (Liste aller Angebote)
- Angebot (z.B. als Schaufensteraushang)
- Kundenliste (Angebot für den Kunden)
- Handzettel (acht Angebote auf einer Seite)

Hat der Kunde sich nicht für eine bestimmte Destination entschieden, gibt es die Option, das Eingabefeld „Zielflughafen“ frei zulassen und die Angebotssuche über den Button „Überblick“ auszulösen. Im Bereich 2 erscheint daraufhin eine Liste sämtlicher Zielregionen, zu denen Angebote vorliegen.²⁵⁸

In der Angebotsliste sind die Informationen Flughafen-Beschreibung, 3-Letter-Code, Anzahl der Angebote, Preis pro Person „ab“ und „bis“, Hotelkategorie und Hin- und Rückflugtermin abgebildet.²⁵⁹

²⁵⁷ Vgl. Sabre Merlin GmbH Online Handbuch, 2003a, S. 2.

²⁵⁸ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁵⁹ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 53: merlin Shop Kurzfrist-Pauschal - Überblick

Bereich 1

Abflughafen	FRA	Erwachsene	2	Flugdauer	
Zielflughafen		Max.		Hotel	
Frühster Hinflug	21.10.04	Sortierkriterium	Preis	Kategorie	
Spätester Rückflug	22.11.04	Preislimit p.P.	1500	Zimmerart	
Minimale Dauer	7	Veranstalter		Verpflegung	
Maximale Dauer	14	Ausschluss			

Bereich 2

Flughafen-Beschreibung	3LC	Anz. Angebote	Ab	Bis	****	Hin	Rück
Djerba (Insel Djerba)	DJE	227	308	934	1-4	22.10.04	22.11.04
Monastir (Östl. Tunesien)	MIR	950	258	1.249	2-5	23.10.04	20.11.04
Tabarka (westl. Tunesien)	TBJ	4	549	919	4-4	28.10.04	11.11.04
Tunis (Golf von Tunis)	TUN	60	308	1.417	4-5	22.10.04	19.11.04

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Per Doppelklick werden die Angebote veranstalterübergreifend dargestellt. Von dieser Auflistung aus hat der Expedient über das Kontextmenü die gleiche Auswahl an Funktionsmöglichkeiten, wie bei einer direkten Angebotsanfrage über den Button „Suchen“.²⁶⁰

²⁶⁰ vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Über die merlin Shop-Eingabemaske, „Kurzfrist-Charter“, werden Abfragen von Kurzfrist- und Last-Minute Nur-Flug-Angeboten getätigt. Hierfür steht eine Datenbank mit bis zu drei Millionen Datensätze zur Verfügung, welche von Reiseveranstaltern und Fluggesellschaften geliefert und mehrmals täglich aktualisiert werden.²⁶¹

Wie bei „Kurzfrist-Pauschal“ können hier Ab- und Zielflughafen, frühester Hinflug und spätester Rückflug, minimale und maximale Aufenthaltsdauer, Anzahl der Erwachsene, Geburtsdatum von bis zu drei Kindern²⁶² (in vorliegender Online Demoversion 2.4.5 noch nicht integriert), Preislimit pro Person, bestimmte Veranstalter bzw. Ausschluss bestimmter Veranstalter ausgefüllt werden. Als Abfragevarianten stehen „Hin- und Rückflug“ oder „One Way“ zur Verfügung. Für die Darstellung der Angebote kann auch hier eine maximale Anzahl von Angeboten und/ oder ein bestimmtes Sortierkriterium vorab festgelegt werden.²⁶³

Die Angebotssuche wird, wie auch beim Modul „Kurzfrist-Pauschal“, entweder über den Button „Senden“ oder „Überblick“ gestartet. Klickt man sich bis zur veranstalterübergreifenden Angebotsliste durch, welche entweder direkt über den Button „Senden“ oder über den Button „Überblick“ mit anschließendem Doppelklick auf ein ausgewähltes Angebot zu erreichen ist, bekommt man eine Darstellung der Angebote, die folgende Information beinhaltet: Veranstalter, Abflughafen, Zielflughafen, Zeitraum, Aufenthaltsdauer, Preis pro Person und die Spalte „Frei?“, unter welcher mit „ja“ alle buchbaren und mit „nein“ alle ausgebuchten Angebote gekennzeichnet werden.²⁶⁴

²⁶¹ Vgl. MySabre+merlin Informationsbroschüre, 2004, o.S.

²⁶² Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁶³ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁶⁴ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 54: merlin Shop Kurzfrist-Charter - veranstalterübergreifende Darstellung

Sabre-merlin Reservierungssystem - dillon communication systems - Mozilla Firefox

Dienstag, 19.10.2004, 19:57 Server: mo.mxc.dilloncs.de | Mandant: 934 | Filiale: 01 | Testmodus(T) | 809062/004/011 | test11

Merlin Fährte Flug Sabre light Shop CRM Leistungscodes Auftragsbearbeitung Katalog Kunde Verkaufsbeleg

Kurzfrist-Pauschal Kurzfrist-Charter Pauschal Charter Mietwagen

Abflughafen FRA **Zielflughafen XRY** **Erwachsene 1** **Abfragevarianten**

Frühester Hinflug 21.10.04 **Max. 1** **Hin- und Rückflug**

Spätester Rückflug 15.12.04 **Sortierkriterium Preis** **One Way**

Minimale Dauer 7 **Preislimit p.P.**

Maximale Dauer 21 **Veranstalter**

Ausschluss

Überblick Senden

Meldung

FRA Überblick 01.11.04-15.12.04 FRA XRY

VA	Abfl.	Ziel	Von	Bis	Dauer	Preis p.P.	I	Frei?
HLF	FRA	XRY	10.11.04	24.11.04	14	148		nein
HLF	FRA	XRY	10.11.04	24.11.04	14	148		nein
HLF	FRA	XRY	10.11.04	01.12.04	21	148		
HLF	FRA	XRY	10.11.04	01.12.04	21	148		
HLF	FRA	XRY	17.11.04	24.11.04	7	148		nein
HLF	FRA	XRY	17.11.04	01.12.04	14	148		nein
AB	FRA	XRY	17.11.04	01.12.04	14	148		ja
HLF	FRA	XRY	17.11.04	03.12.04	16	148		nein
AB	FRA	XRY	17.11.04	08.12.04	21	148		ja
HLF	FRA	XRY	19.11.04	08.12.04				
HLF	FRA	XRY	24.11.04	10.12.04				
HLF	FRA	XRY	26.11.04	03.12.04				
HLF	FRA	XRY	04.12.04	08.12.04				

Verfügbarkeit prüfen **Eingabe**

Informationen zur Verfügbarkeit

Übernahme des Angebots in die merlin-Maske

Regionsinformationen anzeigen **F11**

Vakanz prüfen **Angebot übernehmen**

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Des Weiteren wird über die rechte Maustaste ein Kontextmenü aufgerufen, unter welchem, ähnlich wie im Modul „Kurzfrist-Pauschal“, folgende Suchfunktionen hinterlegt sind:²⁶⁵

- Verfügbarkeit prüfen
- Informationen zur Verfügbarkeit
- Übernahme des Angebots in die merlin-Maske
- Regionsinformationen anzeigen

²⁶⁵ vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Die Funktionen entsprechen denen des Bereichs „Kurzfrist-Pauschal“.

Seit Oktober 2004 existiert das Modul, „Kurzfrist-Hotel“, welches die Suche nach „Nur-Hotel“-Angeboten für den Last-Minute und Kurzfrist-Bereich abdeckt. Hierzu stehen täglich Daten von mehr als eine Million Hotelangeboten zur Verfügung,²⁶⁶ welche nach Kriterien wie Zielgebiet, früheste Anreise und späteste Abreise, minimale und maximale Dauer, Anzahl der Erwachsenen, Ort, Hotelkategorie, Zimmerart, Verpflegungsart und/ oder Preislimit pro Person selektiert werden können. Die vorhandenen Funktionen entsprechen denen der übrigen Module.²⁶⁷

Darstellung 55: merlin Shop Kurzfrist-Hotel - veranstalterübergreifende Darstellung

The screenshot shows the Sabre-merlin Reservation System interface. The search form is set to 'Kurzfrist-Hotel' and includes the following fields:

- Zielgebiet: [empty]
- Früheste Anreise: 15.11.04
- Späteste Abreise: 30.11.04
- Minimale Dauer: 7
- Maximale Dauer: [empty]
- Erwachsene: 2
- Geb. 1. Kind: [empty]
- Geb. 2. Kind: [empty]
- Geb. 3. Kind: [empty]
- Veranstalter: [empty]
- Ausschluss: [empty]
- Ort: [empty]
- Hotel: [empty]
- Kategorie: ab 4 Sterne
- Zimmerart: [empty]
- Verpflegung: [empty]
- Max. Anzahl A...: 300
- Sortierkriterium: Preis
- Preislimit p.P.: [empty]

Below the search form is a table of search results:

Bild	VA	Ziel	Hotelname	****	Ort	VA-Code	Beschreibung	Ve...	Von	D...	Preis	Gesamt	Frei?
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	15.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	15.11.04	7	72		
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	16.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	16.11.04	7	72		
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	17.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	17.11.04	7	72		
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	18.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	18.11.04	7	72		
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	19.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	19.11.04	7	72		
	FLY	DBW	SCHWARZHOLZ	4	VIECHTACH	S U	Studio	OV	20.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	20.11.04	7	72		
	JB	FAO	SAO RAFAEL	4	ALBUFEIRA	ST2U	Studio	OV	21.11.04	7	72		

At the bottom of the table, there are buttons: 'Vakanz prüfen' and 'Angebot übernehmen'.

Quelle: Neumann, 2004, o.S.

²⁶⁶ Vgl. MySabre+merlin - Informationsbroschüre, 2004, o.S.

²⁶⁷ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Das Modul „Pauschal“ wird für die Suche von Katalogreisen eingesetzt. Auch hier stehen die bekannten Eingabemöglichkeiten zur Verfügung. Außerdem kann ein bestimmter Ort, ein bestimmtes Hotel, der Hoteltyp wie z.B. „Club“, die Kategorie, die Verpflegungsart oder die Zimmerart eingegeben werden.²⁶⁸

Liegen weitere Kundenwünsche vor, können die Kriterien „Direkte Strandlage“, „Sandstrand“, „Familienfreundlich“, „Pool“ oder „Animation“ markiert werden. Durch Aktivieren des Feldes „weitere Merkmale“ öffnet sich ein Fenster, in dem weitere Kundenwünsche wie z.B. Sportmöglichkeiten oder die Hotellage erfasst werden können.²⁶⁹

Darstellung 56: merlin Shop Pauschal – Eingabebereich „Weitere Merkmale“

The screenshot shows the Sabre-merlin Reservation System interface. The main form is titled 'Pauschal' and contains the following fields:

Abflughafen	FRA	Erwachsene	2	Ort		Direkte Strandlage	☒
Zielflughafen		Geb. 1. Kind	10	Hotel		Sandstrand	☒
Hinflug	22.10.04	Geb. 2. Kind	12	Hoteltyp		Familienfreundlich	☐
+/- in Tagen	3 Tage	Geb. 3. Kind		Kategorie	ab 3 Sterne	Pool	☐
Dauer	21	Veranstalter		Verpflegung	Halbpension	Animation	☐
		Ausschluss	TUI	Zimmerart	Studio		

Below the form, there is a 'weiter' button and a 'Senden' button. A red arrow points to the 'weiter' button, which has opened a modal window titled 'Weitere Ausstattungsmerkmale'. This window contains the following sections:

- Pool:**
 - Beheizbarer Pool ☐
 - Hallenbad ☐
- Sportmöglichkeiten:**
 - Fitness/Wellness ☐
 - Golf ☐
 - Reiten ☐
 - Tennis ☐
- Freizeit & Unterhaltung:**
 - Disco ☐
 - Ausflüge ☐
- Hotellanlage:**
 - Mit Garten ☐
- Lage:**
 - Ruhig/Abgelegen ☐
 - Ortsmitte ☐

At the bottom of the modal window are buttons for 'Speichern', 'Leer', and 'Abbrechen'.

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁶⁸ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁶⁹ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Nach Eingabe der Kundenpräferenzen wird durch einen Klick auf „Senden“ die Suche gestartet. Anschließend erscheint eine Angebotsliste, welche nach den vorgegebenen Kriterien ausgesucht wurde. Pro Angebot sind Verfügbarkeit von Bild- und Informationsmaterial, Hotelname, Kategorie, Ort, Zielflughafen, Veranstalter, Preisspanne und Ausstattung (in Form von Symbolen) sofort erkennbar.²⁷⁰

Darstellung 57: merlin Shop Pauschal - Angebotsdarstellung

The screenshot shows the Sabre-merlin Reservation System interface. The top menu includes 'Datei', 'Bearbeiten', 'Ansicht', 'Module', 'Shop', and 'Express'. Below the menu, there are tabs for 'Merlin', 'Fähre', 'Flug', 'Sabre light', 'Shop', 'CRM', 'Leistungscode', 'Auftragsbearbeitung', 'Katalog', 'Kunde', and 'Verkaufsbeleg'. The 'Shop' tab is active, and the 'Pauschal' sub-tab is selected. The search criteria are as follows:

Abflughafen	FRA	Erwachsene	2	Ort	UND UMGEBUNG	Direkte Strandlage	☐
Zielflughafen	VRA,HAV	Geb. 1. Kind		Hotel	IA LAS AMERICAS	Sandstrand	☐
Hinflug	22.10.04	Geb. 2. Kind		Hoteltyp		Familienfreundlich	☐
+/- in Tagen	3 Tage	Geb. 3. Kind		Kategorie	ab 4 Sterne	Pool	☐
Dauer	7	Veranstalter		Verpflegung		Animation	☐
		Ausschluss		Zimmerart			

Below the search criteria, there is a 'Meldung' section and a 'Hotelsuche' section. The 'Hotelsuche' section displays a list of hotel offers with the following columns: Bild, Hotelname, ****, Ort, Ziel, Veranstalter, ab EUR, bis EUR, and Ausstattung. The list includes:

Bild	Hotelname	****	Ort	Ziel	Veranstalter	ab EUR	bis EUR	Ausstattung
	MARITIM VARADERO BEACH R...	4-5	VARADERO UND UMGEBUNG	VRA,H...	ITS,JAHN,OGER	1376	2107	
	MELIA HABANA	4-5	HAVANNA	HAV,V...	FLY	1476	1939	
	MELIA LAS AMERICAS	4-5	VARADERO UND UMGEBUNG	VRA,H...	TOC	1400	2000	
	MELIA VARADERO	4-5	VARADERO UND UMGEBUNG	VRA,H...	JAHN,TOC			
	NACIONAL DE CUBA	4-5	HAVANNA	HAV,V...	FTI			
	NH PARGUE CENTRAL	4-5	HAVANNA	HAV,V...	TOC	1525	2117	
	PARADISUS VARADERO	4-5	VARADERO UND UMGEBUNG	VRA,H...	NEC,OGER,TOC	1858	3536	

A context menu is open over the 'PARADISUS VARADERO' row, showing options: 'Unterbringung/Verpflegung anzeigen' (Eingabe), 'Hotelbild anzeigen' (F12), 'Regionsinformationen anzeigen' (F11), and 'Drucken'.

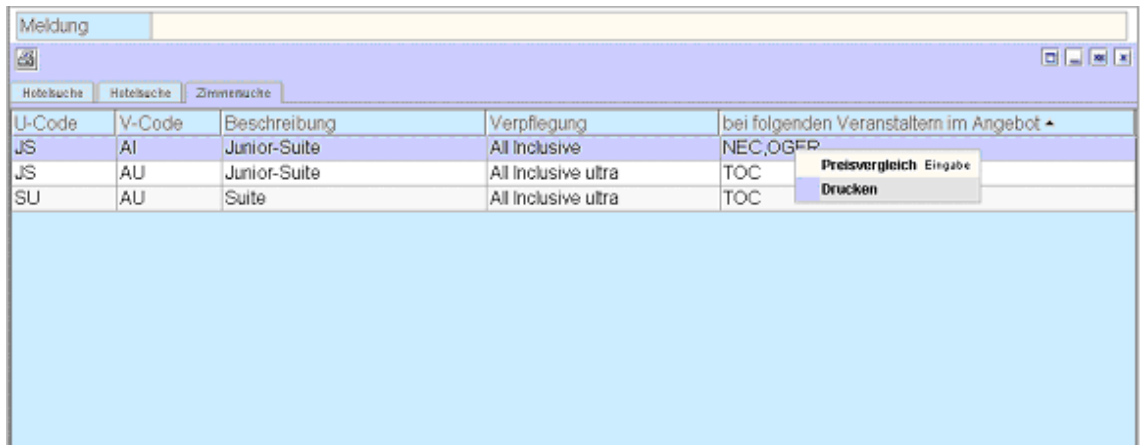
Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Wird ein Angebot selektiert, öffnet sich mit einem Klick der rechten Maustaste das Kontextmenü, in welchem wieder die Funktionen „Hotelbild anzeigen“, „Regionsinformationen anzeigen“ und „Drucken“ zu finden sind. Neu im Kontextmenü ist die Funktion „Unterbringung/ Verpflegung anzeigen“. Wählt man diese Aktion, wird eine Zimmer- und Verpflegungsbeschreibung des gewählten

²⁷⁰ vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Hotels dargestellt. Zusätzlich erscheinen sämtliche Veranstalter, die dieses Hotel anbieten.²⁷¹

Darstellung 58: merlin Shop Pauschal – „Unterbringung/ Verpflegung anzeigen“



U-Code	V-Code	Beschreibung	Verpflegung	bei folgenden Veranstaltern im Angebot ▶
JS	AI	Junior-Suite	All inclusive	NEC, OGFR
JS	AU	Junior-Suite	All inclusive ultra	TOC
SU	AU	Suite	All inclusive ultra	TOC

Context menu options: Preisvergleich Eingabe, Drucken

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Öffnet man hier mit der rechten Maustaste das Kontextmenü, hat man die Auswahl zwischen „Preisvergleich“ oder „Drucken“. Wird der Preisvergleich gestartet, wird eine Liste dargestellt, in welcher sich Daten über Veranstalter, Katalogseite, Preisseite, Hin- und Rückflug mit jeweiliger Flugzeit, Unterkunftsart, der bereits vakanzgeprüfte Gesamtpreis inklusive der Kinderpreise, Preis pro Person/ Kind und die Veranstaltermitteilung befinden. Durch einen Doppelklick bzw. über den Button „Senden“ werden die Daten des ausgewählten Angebots in die merlin-Maske buchungsbereit übernommen.²⁷²

²⁷¹ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁷² Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 59: merlin Shop Pauschal - Preisvergleich

Sabre-merlin Reservierungssystem - dillon communication systems - Microsoft Internet Explorer

Sonntag, 24.10.2004, 18:38 Server: mo.mxc.dilloncs.de | Mandant: 994 | Filiale: 01 | Testmodus(T) | 809062/004/011 | test11

Datei Bearbeiten Ansicht Module Shop Express ?

Merlin Fährer Flug Sabre light Shop CRM Leistungscodes Auftragsbearbeitung Katalog Kunde Verkaufsbeleg

Kurzfrist-Pauschal Kurzfrist-Charter Pauschal Charter Mietwagen

Abflughafen FRA Erwachsene 2 Ort INSEL PRASLIN Direkte Strandlage
 Zielflughafen SEZ, PRI Geb. 1. Kind 15.08.99 Hotel PARADISE SUN Sandstrand
 Hinflug 31.10.04 Geb. 2. Kind 15.08.00 Hoteltyp Familienfreundlich
 +/- in Tagen 3 Tage Geb. 3. Kind Verpflegung ab 3 Sterne Pool
 Dauer 14 Veranstalter Animation
 Ausschluss Zimmerart

leer Weitere Merkmale Senden

Meldung Abfrage beendet.

Hotelsuche Zimmersuche Preisvergleich

Ver...	K...	P...	Hinflug	Flugzeiten Hin	Rückflug	Flugzeiten Rück	U...	Gesa...	Erw...	Kind	VA-Meldung
NEC	109	109	03.11. Mi	FRA SEZ 2045-0905 0302	17.11. Mi	SEZ FRA 2350-0700 DE 030	2C	9.604	3.721	1.081	Bitte Buchungsinformation beachten, bitte mit "BC" bestätigen
TOC	83	83	03.11. Mi	FRA SEZ 2045-0905 0302	17.11. Mi	SEZ FRA 2350-0700 DE 030	2C	13.432	3.731	2.985	Bitte Buchungsinformation beachten, bitte mit "BC" bestätigen
NEC	95	95	31.10. So	FRA SEZ	14.11. So	SEZ FRA	2C				E3130091 Die Beförderungsleistung ist mit dieser

Senden

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Das Modul "Charter" gibt einen kompletten Überblick aller Charterflugangebote. In der Preisübersicht erscheinen die Charterfluggesellschaft, der Abflughafen, der Hin- und Rückflugtermin mit den jeweiligen Flugzeiten,²⁷³ der bereits vakanzgeprüfte Gesamtpreis²⁷⁴ sowie eine Einzeldarstellung von Erwachsenen- und Kinderpreisen. Durch einen Mausklick auf ein Angebot bzw. über den Button „Senden“ (siehe Darstellung 59) werden die Daten in die merlin-Maske übernommen.²⁷⁵

²⁷³ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁷⁴ Vgl. MySabre+merlin - Informationsbroschüre, 2004, o.S.

²⁷⁵ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Darstellung 60: merlin Shop Charter - Preisvergleich

Sabre-merlin Reservierungssystem - dillon communication systems - Mozilla Firefox
 Freitag, 19.10.2004, 20:28 Server: mo.mxc.dilloncs.de | Mandant: 994 | Filiale: 01 | Testmodus(1) | 803062004.011 | test11

Datei Bearbeiten Ansicht Module Shop Express ?

Merlin Fährer Flug Sabre light Shop CRM Leistungscode Auftragsbearbeitung Katalog Kunde Verkaufsbeleg

Kurzfrist-Pauschal Kurzfrist-Charter Pauschal Charter Mietwagen

Abflughafen FRA Erwachsene 2
 Zielflughafen PMI Geb. 1. Kind 15.08.98
 Hinflug 22.10.04 Geb. 2. Kind
 +/- in Tagen 3 Tage Veranstalter
 Dauer 7 Ausschluss

leer Senden

Meldung

Preisvergleich Preisvergleich

Ver...	Abfl...	Hinflug	Flugzeiten HIN	Rückflug	Flugzeiten RÜCK	Ges...	Erw.	Kind	Baby	VA-Meldung
AB	FRA	24.10. ...	FRA PMI 05:00-07:10 #00050	31.10. ...	PMI FRA 21:15-23:40 #00051	778				Buchung möglich, bitte Aktion "B" verwenden
AB	FRA	25.10. ...		01.11. ...						Leistung (Flug) der Rückflug ist ausgebucht
AB	FRA	19.10. Di	FRA PMI 05:00-07:10 #00050	26.10. Di	PMI FRA 21:15-23:40 #00051	832				Buchung möglich, bitte Aktion "B" verwenden
AB	FRA	20.10. Mi		27.10. Mi						Leistung (Flug) der Rückflug ist ausgebucht
AB	FRA	21.10. ...	FRA PMI 05:00-07:10 #00050	28.10. ...	PMI FRA 21:15-23:40 #00051	805				Buchung möglich, bitte Aktion "B" verwenden
AB	FRA	22.10. Fr	FRA PMI 05:00-07:10 #00050	29.10. Fr	PMI FRA 21:15-23:40 #00051	885				Buchung möglich, bitte Aktion "B" verwenden
AB	FRA	23.10. ...	FRA PMI 05:00-07:10 #00050	30.10. ...	PMI FRA 21:15-23:40 #00051	805				Buchung möglich, bitte Aktion "B" verwenden
ALL	FRA	24.10. ...		31.10. ...						Leistung (Flug) der Rückflug ist ausgebucht
ALL	FRA	25.10. ...		01.11. ...						Leistung (Flug) der Rückflug ist ausgebucht

Senden

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Über das „Mietwagen“-Modul können die verfügbaren Fahrzeugkategorien und Preise der Mietwagenanbieter Sunnycars und Holiday-Autos ermittelt und dargestellt werden.²⁷⁶ Hierfür werden die Eingaben wie Übernahme- und Abgabedatum, Fahrzeugtyp und/ oder Preis pro Person eingetragen. Weitere Kriterien, wie Klimaanlage oder Automatik, können zusätzlich ausgewählt werden. Das Feld zur Eingabe der Flugnummer, der Name des Hotels bzw. des Urlaubsortes oder des Stadtbüros sollte ebenfalls ausgefüllt werden. Durch einen Klick auf „Senden“ wird die Angebotssuche ausgelöst. In der Angebotsliste erscheint eine Liste der zur Verfügung stehenden Mietwagen zu den eingegebenen Wunschkriterien.²⁷⁷ Es werden Veranstalter, Ort der Übergabe,

²⁷⁶ Vgl. Sabre Merlin GmbH Online Handbuch, 2003b, S. 1.

²⁷⁷ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Acriss-Code, Fahrzeugtyp und Preis angezeigt. Per Doppelklick auf das ausgewählte Angebot werden die Daten in die merlin-Maske übernommen.²⁷⁸

Darstellung 61: merlin Shop Mietwagen - Angebote

Sabre-merlin Reservierungssystem - dillon communication systems - Mozilla Firefox
 Freitag, 19.10.2004, 20:28 Server: mo.mxc.dilloncs.de | Mandant: 994 | Filiale: 01 | Testmodus(1) | 809062004/011 | Minimieren

Datei Bearbeiten Ansicht Module Shop Express ?
 Merlin Fährer Flug Sabre light Shop CRM LeistungsCodes Auftragsbearbeitung Katalog Kunde Verkaufsbeleg

Kurzfrist-Pauschal Kurzfrist-Charter Pauschal Charter Mietwagen

Übernahme datum 23.10.04 3-Letter-Code FAO Klimaanlage ☐ ja ☐ nein ☒ egal
 Abgabedatum 30.10.04 Fahrzeugtyp Kleinwagen Automatik ☐ ja ☐ nein ☒ egal
☒ Flugnumm... ☐ Hotel/Ort ☐ Stadtbüro
 Preislimit p.P. Veranstalter Kinder- und Babysitze
 Ausschluss Alter Kinder z.B: 3,5
 Alter Babys z.B: 8,11

leer Senden

Meldung Bitte geben Sie Flugnummer ein

Angebote Angebote

Veranstalter	Ort	Acriss-Code	Fahrzeugtyp	Preis
SCAR	Faro APT (L1)	ECMN	Opel Corsa/RC/3dr	153
SCAR	Faro APT (L3)	ECMN	I SPECIAL OFFER! VW Polo 1.2/RCD/5dr	153
SCAR	Faro APT (L3)	ECMN	Opel Corsa 1.0/RCD/3dr	153
HOLI	Albufeira City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Albufeira City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Albufeira City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Faro Airport (desk in arrivals then shuttle.)	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Faro Airport (desk in arrivals)	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Faro Airport (representative)	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Lagos City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Portimao/Alvor City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Praia da Rocha City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Vilamoura City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161
HOLI	Quarteira City Office	ECMN	Opel Corsa 3dr	161

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

MySabre+merlin verfügt ebenfalls über ein Verkaufssteuerungstool, zu welchem man über den Pfad „Module“ – „Verwaltung“ – „Verkaufssteuerung“ gelangt.

²⁷⁸ vgl. Sabre Merlin GmbH Online Handbuch, 2003b, S. 1.

In der Verkaufssteuerung können Standard- und zeitraumbezogene Prioritäten an die Veranstalter vergeben werden. Diese Funktion steht nur für die Bereiche Kurzfrist-Pauschal und Kurzfrist-Charter zur Verfügung.²⁷⁹

Darstellung 62: merlin Shop Verkaufssteuerung

Aktiv	Details...	Konzern	Standardpriorität	Zeitraum	Von	Bis	Priorität
☐	ACS		Normal				
☐	ALL		Normal				
☒	ATT		Normal				
☒	BEN		Top				
☒	BGR		Normal	Reisezeit	18.11.04	10.12.04	Top
☒	BGT		Normal				
☒	BIG		Normal	Buchungszeit	20.10.04	27.10.04	Hoch
☒	BIL		Normal				
☒	BU	TOC	Normal				
☒	CBM		Top				
☒	DEM		Normal	Reisezeit	31.10.04	21.11.04	Normal
☒	DIS	World of T...	Normal				
☒	ETI		Niedrig				
☒	FLY	World of T...	Normal				
☒	FTI		Normal	Buchungszeit	22.10.04	29.10.04	Niedrig
☒	GTI		Normal				
☐	HERM	Otto	Top				
☒	IFL		Normal				
☐	ITS	REWE	Normal				
☐	JAHN	REWE	Normal				

Quelle: merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Es kann zwischen den Prioritäten „Top“, „Hoch“, „Normal“ und „Niedrig“ gewählt werden. Bei gleichzeitiger Vergabe von zeitraumbezogener und Standardpriorität, werden Veranstalter mit der Priorität „zeitraumbezogen“ bevorzugt berücksichtigt.²⁸⁰

Wurden Prioritäten hinterlegt, wird die Angebotsliste automatisch nach den diesen sortiert. Angebote mit hoher Veranstalterpriorität werden durch einen „Smiley“ in der ersten Spalte kenntlich gemacht.²⁸¹

²⁷⁹ Vgl. Neumann, 2004, o.S.

²⁸⁰ Vgl. Sabre Merlin GmbH Online Handbuch, 2004, S. 1.

²⁸¹ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

Eine weitere Funktion ist das Speichern bestimmter Suchanfragen. Klickt man nach Eingabe der gewünschten Kriterien auf das „Disketten“-Symbol, öffnet sich ein Fenster, in welchem man einen Namen für die zu speichernde Maske vergibt.²⁸²

Nach dem Speichern wird ein Reiter in der Maske hinterlegt und kann zukünftig zu jeder Zeit aufgerufen werden. Diese Funktion kann bei allen sechs Modulen angewandt werden.²⁸³

²⁸² Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.

²⁸³ Vgl. merlin Shop Online Demoversion 2.4.5, 2004, o.S.



4.5 Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH- TOURmanager

Das im Jahre 1995 gegründete Unternehmen Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH widmet sich der Entwicklung von Software zur Beratungsunterstützung im touristischen Verkauf. Bisher war das von diesem Softwareanbieter entwickelte Vertriebsunterstützungssystem TOURmanager nur offline auf CD-ROM verfügbar. Die CDs werden einmal monatlich ausgeliefert.²⁸⁴ Seit Oktober 2004 ist das Produkt auch als internetbasierte Version unter dem Namen „TOURmanager Online Counter-Version“ erhältlich.²⁸⁵

Zurzeit arbeiten ca. 2.000 Reisebüros mit dem Vertriebsunterstützungssystem TOURmanager. Das Produkt ist auf mehr als 8.000 Terminals in Deutschland installiert. Die Nutzer sind neben freien Reisebüros vor allem Kettenreisebüros wie DERPART, B.E.S.T Reisen und Alltours Reisecenter. Insgesamt sind über TOURmanager Angebote von über 200 Veranstaltern abrufbar.²⁸⁶

Es stehen über eine Milliarde Datensätze zur Verfügung, darunter variierend 3-11 Millionen Daten von 39 Last-Minute-Veranstaltern, die täglich eingepflegt werden.²⁸⁷ Neben TUI-Katalogdaten sind auch TUI Last-Minute-Datensätze sowie Angebote von 1-2-Fly und DiscountTravel abrufbar. Die Veranstalterdaten werden durch 25 Mitarbeiter der Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH erfasst bzw. verarbeitet.²⁸⁸

TOURmanager ist die Basisversion. Optional können die Module CHATERmanager (dieses Modul ist derzeit noch nicht für die neue Online-Version verfügbar²⁸⁹), BAUSTEINmanager, CRUISEmanager und SPÄTBUCHERmanager zur Nutzung freigeschaltet werden. Ein Mietwagen-

²⁸⁴ Vgl. TOURmanager, 2004a, o.S.

²⁸⁵ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

²⁸⁶ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

²⁸⁷ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

²⁸⁸ Vgl. Elias, 2004, o.S.

²⁸⁹ Vgl. Elias, 2004, o.S.

modul ist in Planung. Alle bisher existierenden Module basieren auf einer graphischen Benutzeroberfläche.²⁹⁰

Die Nutzungsgebühren für die neue Version belaufen sich auf monatlich € 9,90 pro Einzelplatz und für bis zu vier Arbeitsplätze auf € 19,90. Diese Gebühr beinhaltet die Nutzung des TOURmanagers sowie des SPÄTBUCHERmanagers. Für die Nutzung von BAUSTEIN- oder CRUISEmanager sind jeweils zusätzlich € 9,90 pro Monat zu entrichten.²⁹¹

Über TOURmanager können Katalog- und Last-Minute-Reisen abgefragt werden. Der Expedient kann dabei entscheiden, ob er nur nach Katalogangeboten, nach Last-Minute-Angeboten oder nach beidem gleichzeitig suchen möchte.²⁹²

Darstellung 63: TOURmanager Eingabebereich

The screenshot shows the TOURmanager input form with the following sections:

- Mix:** Checkboxes for 'Katalog' (checked), 'Last Minute*' (checked), and 'Spezial' (unchecked).
- Personen:** '2 Erw.' (Adults) and 'Kinder' (Children) dropdowns.
- Flug:** 'von' and 'nach' dropdowns, 'Abflughafen' dropdown (DUS,DTM,CGN), and 'Reiseziel' dropdown.
- Ziel:** Checkboxes for 'Alle Nahziele' (checked) and 'Alle Fernziele' (unchecked).
- Abreise:** 'am' date field (23.08.2004), 'Dauer' dropdown (2 Wochen), and 'Abreise' dropdown (+/- 3 Tage, checked).
- Preis:** '€ Limit' dropdown.
- Unterkunft:** 'Min. Hotelklasse' and 'Min. Verpflegung' dropdowns, and 'Hotelname/Kette' text field.
- Wünsche:** Empty text area.
- Buttons:** 'Angebote finden' and 'Neue Anfrage'.

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 12.

Es gibt vielfältige Möglichkeiten die Suche nach Angeboten den Kundenbedürfnissen entsprechend einzuschränken. So können nach Angeboten für bis zu sechs Erwachsene und drei Kinder (unter Eingabe des Alters) gesucht werden. Neben einem Hauptabflughafen ist es möglich, zwei weitere Abflughäfen als Alternative anzugeben. Das Zielgebiet kann genau definiert werden, dabei kann der Expedient entweder den 3-Letter-Code des Zielgebietes eingeben, oder das Zielgebiet aus einem Pull-down-Menü auswählen. Alternativ lässt sich „Alle Nahziele“ und/ oder „Alle Fernziele“ anklicken, sofern kein Wunsch nach einem Angebot für eine bestimmte Destination besteht.²⁹³

Durch die Eingabe „Abreise +/- 3 Tage“ werden auch Angebote angezeigt, die bis zu drei Tage vor bzw. nach dem eigentlichen Wunschabreisetermin

²⁹⁰ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

²⁹¹ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

²⁹² Vgl. Elias, 2004, o.S.

²⁹³ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

liegen.²⁹⁴ Des Weiteren kann die Angebotsdarstellung durch die Festlegung eines maximalen Gesamtpreises eingeschränkt werden. Ebenso ist es möglich, explizit nach Angeboten eines bestimmten Veranstalters oder unter Eingabe eines Hotelnamens oder einer Hotelkette nach Angeboten zu suchen. Optional ist es möglich, den Verpflegungswunsch und die Hotelkategorie anzugeben.²⁹⁵

Durch einen Klick auf den Button „Wünsche“, findet der Expedient weitere, vielfältige Möglichkeiten, die Wünsche des Kunden bei der Angebotssuche zu berücksichtigen. Der so genannte „König Kunde-Assistent“²⁹⁶ mit den Rubriken Zielgruppe, Strand- und Orts-Lage, Pool, Unterhaltung, Zimmertyp, Zimmerausstattung, Sport, Wassersport, Fitness/ Wellness und Hobby lässt eine Selektion der wichtigsten Kundenwünsche zu. Immer im Blick hat der Expedient dabei die Anzahl der Hotels, die über die eingegebenen Merkmale verfügen.²⁹⁷

²⁹⁴ Vgl. Elias, 2004, o.S.

²⁹⁵ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

²⁹⁶ Vgl. Elias, 2004, o.S.

²⁹⁷ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

Darstellung 64: TOURmanager Kundenwunscheingabe (König Kunde)

König Kunde - Wünsche

Reiseziel: Ägypten 3-Letter-Code: Min. Kategorie: equal

Zielgruppe

- ☐ bes. fam freundlich
- ☐ Club
- ☐ Club-Charakter
- ☐ Designer
- ☐ Finca/Landhotel
- ☐ Flair/Romantik
- ☐ VIP/Select

Strand-Lage

- ☐ flach abfall. Sandstrand
- ☐ Sandstrand
- ☐ schönster Strandabschnitt

Orts-Lage

- ☐ ruhig

Pool

- ☐ Hallenbad
- ☐ Poollandschaft
- ☐ Swimming-P. beheizb
- ☐ Swimmingp. Süßwasser

Unterhaltung

- ☐ Abendunterhaltung
- ☐ Animation
- ☐ Discothek

Zimmertyp

- ☐ Apartment
- ☐ Balkon
- ☐ Bungalow
- ☐ Doppel
- ☐ Einzel
- ☐ Suite

Zimmerausstattung

- ☐ Kochgelegenheit
- ☐ Kühlschrank
- ☐ Meerblick

Sport

- ☐ Golf
- ☐ Radsport Intensiv
- ☐ Reiten
- ☐ Squash
- ☐ Tennis
- ☐ Tennisschule/-kurs

Wassersport

- ☐ Jetski
- ☐ Segeln
- ☐ Tauchen
- ☐ Wasserski
- ☐ Windsurfen

Fitness/Wellness

- ☐ Ayurveda
- ☐ Dampfbad
- ☐ Fitnesscenter
- ☐ Massage
- ☐ Sauna
- ☐ Thalasso
- ☐ Wellness

Hobby

- ☐ Fahrradverleih
- ☐ Kegeln
- ☐ Kochkurs
- ☐ Mountain-Biking
- ☐ Tischtennis

alle Häkchen entfernen

Anzahl Hotels: **52**

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 17.

Darstellung 65: TOURmanager Eingabemaske (Katalogreisen)

Online-TOURmanager 1.84

Daten Arbeitsplatz-Einstellungen Büro-Administration Hilfe

Katalog+TOURmanager Last Minute+SPATBUCHERmanager Hotel+BAUSTEINmanager Schiff+CRUISEmanager EXP-Code: CRS. Lizenz: OK

Modus: Best Buy 2 Erw. von 11.10.04 nach 11.10.04 am 11.10.04

Pers. Flug Ziel Abreise Preis Unterkunft Wünsche

ausgeb. ausblenden Kinder Abflughafen Reiseziel +/- 3 Tage Dauer 2 Woche Finden Veranstalter Alle Hotelname/Kette Reset

pro Erwachsenem 32 Hotels

Ausgabebereich 1

nb. E.	Reiseziel
357.	Bulgarien
390.	Menorca/Balearen
393.	Mallorca/Balearen
427.	Türkische Ägäis
490.	Dienstadt/Tunesien
499.	Griechenland/Kreta
504.	Libya/Balearen
511.	Spanien/Costa de Almeria
516.	Malta
529.	Spanien/Costa de la Luz
541.	Griechenland/Korfu
555.	Marokko
559.	Griechenland/Kos
570.	Türkei/Rest
590.	Griechenland/Samos
594.	Fuenteventura/Kanaren
604.	Portugal/Azoren
606.	Spanien/Costa del Sol
607.	Azoren/Rotes Meer
627.	Italien/Kalabrien
629.	Griechenland/Kanaren
632.	Italien/Rest
633.	Portugal/Madeira

Ausgabebereich 2

nb. E.	ausgeb.	Aktueller Name	Unterkunftstyp	Hotellkette	Ort	Alternativ-Nr.
740.		Colo Lierva Club	4	Ferienanlage	altoura	Santa Eulalia (Ost)
752.		Sirenis Aura	4	Ferienanlage	Sirenis	Port des Tonent (W)
764.		Calimera Delfin Playa	4	Hotel	CALIMERA	San Antonio/Cala C
781.		Pueblo Ibiza	4	Hotel		Port des Tc
791.		La Sirena	4	Club/Hotel		San Antonio
815.		Fiesta Palmyra	4	Hotel	Fiesta	San Antonio
836.		Los Molinos	4	Hotel	THB	Ibiza-Stadt
869.		Tenda/Tyros Beach	4	Club/Hotel	Insotel	Cala Tendi
876.		Victoria	4	Apartment		San Jose A
904.		Cala Peda Club	4	Club		Santa Eulalia
915.		Torre del Mar	4	Hotel		Ibiza-Stadt
979.		Can Aroba	4	Landhotel		Punta del Vells (Süd)
1099.		Villa Can Maries	4	Apartment		San Miguel (Nord)
1161.		Village	4	Hotel		Cala Vedetta (West)
1219.		Can Escandell	4	Hotel		San Miguel (Nord)
1223.		Torre di Pelladium	5	Hotel		Santa Eulalia (Ost)
1575.		Finca Can Llac	4	Landhaus/Finc		San Rafael (Süd)

Ausgabebereich 3

F	H	E	L	Datum	Ab	Ziel	Art	Verord	Unterkunftstyp	Verord	Ausblick	I
C	1099.	14	11.10.2004	AM	FRA	IBZ	AB	JAHN	Doppel	U	Meerblick	X
C	1104.	14	10.10.2004	SC	FRA	IBZ	LT	JAHN	Doppel	U		
C	1170.	14	12.10.2004	DI	FRA	IBZ	DE	TOC	Doppel	U		
C	1175.	14	09.10.2004	SC	FRA	IBZ	DE	TOC	Doppel	U		
C	1221.	14	11.10.2004	AM	FRA	IBZ	AB	JAHN	Junior suite	U		
C	1228.	14	10.10.2004	SC	FRA	IBZ	LT	JAHN	Junior suite	U		
C	1295.	14	12.10.2004	DI	FRA	IBZ	DE	TOC	Junior suite	U		
C	1300.	14	09.10.2004	SC	FRA	IBZ	DE	TOC	Junior suite	U		
C	1324.	14	12.10.2004	DI	FRA	IBZ	DE	TOC	Doppel	UF	Meerblick	X
C	1329.	14	09.10.2004	SC	FRA	IBZ	DE	TOC	Doppel	UF	Meerblick	X

Produkt-Info | Angebote-Info | Kataloge | Musterbuchung | Hotel-Info

CRUISE ist die Auswahl "Schiffahrt" neu. Eines der Kriterien Schiffart, Schiffname oder D.

Die TOURmanager Online Counter Version kommt bald...

Info's unter: www.tourmanageronline.de

BA

VAKANZmanager

Flugfinder Preistfinder

gewähltes Angebot

Quelle: TOURmanager Online Demoverision, 2004, o.S.

Die Angebote werden mittels drei Ausgabebereichen angezeigt. Im ersten Ausgabebereich werden die Zielgebiete dargestellt, dabei werden die Reiseziele nach dem günstigsten Angebot gelistet (nur bei Selektion „Alle Nahziele“ bzw. „Alle Fernziele“). Durch einen Klick auf ein Zielgebiet und den Button „Hotelsuche“ können alle Hotels dieser Destination angezeigt werden. Hier findet man Informationen zu Preis, Kategorie, Unterkunftstyp, Name der Unterkunft, und Kettenzugehörigkeit sowie einen Balken, welcher anzeigt, wie weit die Unterkunft bereits ausgebucht ist.²⁹⁸

Die dargestellten Unterkünfte sind nach dem günstigsten Preis sortiert. Der Expedient kann die Angebote, durch einen Klick auf das entsprechende Feld in der Leiste, nach einem anderen Kriterium, wie z.B. der Kategorie, sortieren.²⁹⁹

Durch einen Klick auf eines der angezeigten Hotels und einen weiteren Klick auf den Button „Angebote“ im dritten Ausgabebereich listet TOURmanager alle Reiseveranstalter zu diesem Hotel auf. Angezeigt werden die Verfügbarkeit, der Abreisetermin, die Aufenthaltsdauer, Abflug- und Zielflughafen, die voraussichtlich operierende Airline, der Unterkunftstyp mit Hinweis auf die Zimmerlage (z.B. Meerblick), die Verpflegungsleistung und natürlich der entsprechende Reiseveranstalter.³⁰⁰

Hat der Expedient ein Angebot ausgewählt, erhält er über den Button Hoteldetails eine Beschreibung des ausgewählten Hotels. Die Aufnahme von Zielgebietsinformationen ist geplant.³⁰¹ Außerdem wird eine generell bessere Quantität und Qualität der Zusatzinformationen angestrebt.³⁰²

²⁹⁸ Vgl. TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 19-21.

²⁹⁹ Vgl. TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 21.

³⁰⁰ Vgl. TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 23.

³⁰¹ Vgl. Eljas, 2004, o.S.

³⁰² Vgl. Gerber, 2004, o.S.

Darstellung 66: TOURmanager Hotel Details

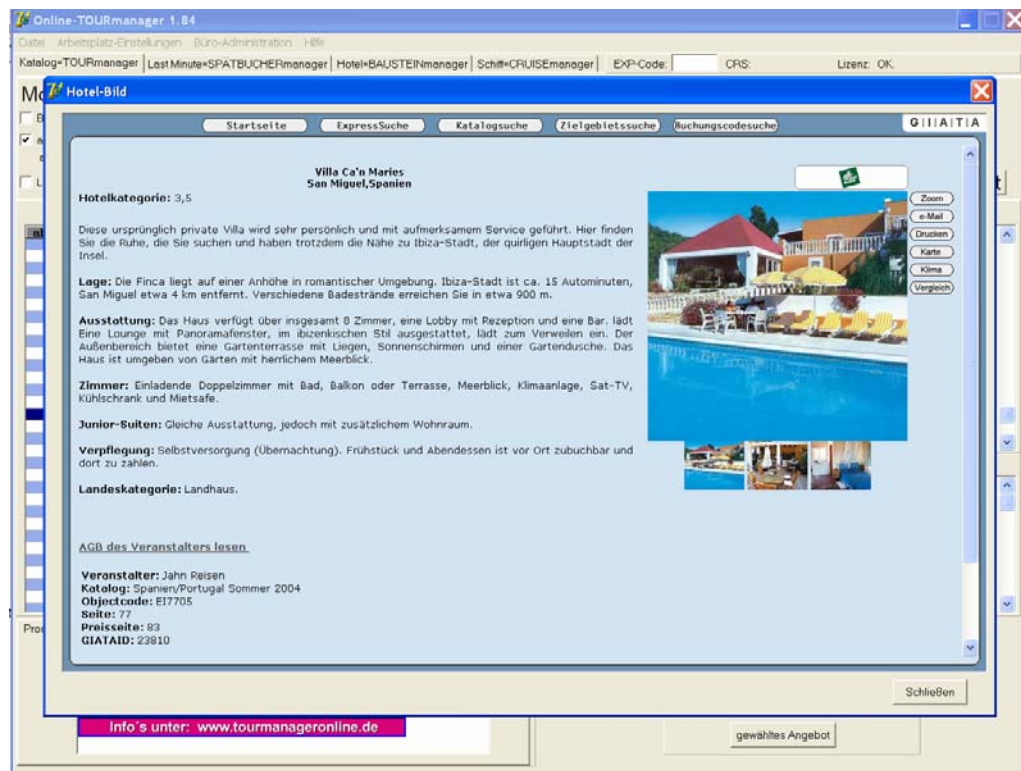
Hotelname:	Cala Mandia
Reiseziel:	Mallorca/Balearen
Reiseort:	Cala Mandia (Ostküste)
Hotelklasse:	4
Hoteltyp:	Club/Hotel
Adresse:	Cala Mandia Federico Garcia Lorca s/n 07580 Cala Mandia Mallorca/Spainien
	Telefon: (34) 971 558255 Telefax: (34) 971 558135
Kurzbeschreibung:	Weitläufig konzipierte Anlage in der neuen touristischen Zone, oberhalb der Badebucht Cala Mandia; Linienbusverbindung nach Porto Cristo.
Kettenname:	Insotel
Strandentfernung:	600
Ortsentfernung:	4000
Zielgruppe:	Club
Sport:	Badminton, Basketball, Billard, Boccia, Bogenschießen, Dart, Fussball, Golf, Mountain-Biking, Reiten, Squash, Tennis, Tennisschule/-kurs, Tischtennis, Volleyball
Wassersport:	Schnorcheln, Tauchen, Wassersport am Strand
Einrichtungen:	Arztservice, Bar, Discothek, Fernsehraum, Friseur, Gartenanlage, Geschäfte/Boutique, Lift, Miet-Safe im Zimmer, Minimarkt
Fitness:	Aerobic, Beauty, Fitnesscenter, Fitnessraum, Gymnastik, Kosmetik, Massage, Sauna, Wellness, Jacuzzi/Whirlpool
Kinder:	Babybett, Baby-Sitting, bes. fam.freundlich, Club für Kinder, Kinder-Animation, Kinderbecken, Kindergarten/-betreuung, Kinderspielplatz, Pony-Reiten, Spielzimmer
Programm/Veranstaltungen:	Abendunterhaltung, Animation, Shows, Tanz, Wettbewerbe
Business:	Tagungs-/Konferenzraum
Strand:	Nur Badebucht, Poollandschaft, Sand-/Kieselstrand, Sandstrand
Swimmingpool:	Hallenbad, Swimmingp. Süßwasser
Zimmer:	Badetücher, Direktwahl-Telefon, Fön, Kochgelegenheit, Kühlschrank, SAT-TV, Telefon, Video
Kreditkarten:	Eurocard/Mastercard, Visa

Schließen

Quelle: TOURmanager Online Demoverision, 2004, o.S.

Des Weiteren verfügt das System über eine GIATA-Schnittstelle, die vom Reisebüro optional genutzt werden kann und für die entsprechend zusätzliche Gebühren anfallen.³⁰³

Darstellung 67: TOURmanager GIATA-Hotelinformationen



Quelle: TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

Weitere Optionen zum Informationsabruf sind über die Infofelder im unteren linken Bereich der Maske möglich:

Über den Reiter „Produkt-Info“ erhält der Expedient Informationen zum Produkt sowie gegebenenfalls ketten- bzw. kooperationseigene Informationen.

Der Reiter „Angebots-Info“ liefert Informationen zum Reiseziel und der voraussichtlich operierenden Airline. Diese Informationen können beliebig ausgedruckt oder zur Weiterverarbeitung in ein Textverarbeitungsprogramm exportiert werden. Über den Reiter „Hotel-Info“ findet der Expedient in Kurzform alle wichtigen Daten zum Hotel.

³⁰³ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

Über die „Kataloginfo“ kann sich der Expedient zu jedem ausgewählten Angebot anzeigen lassen, auf welcher Seite in Preis- und Bildteil das Angebot im Veranstalterkatalog zu finden ist.

Darstellung 68: TOURmanager Katalog-Info

Produkt-Info Angebots-Info Kataloge Musterbuchung Hotel-Info				
Kataloge für dieses Hotel:				
Saison	Veranstalter	Katalogtitel	Bildseite	Preisseite
S	Öger Tours	Wellness 04	26	66
S	Thomas Cook	Türkei 04	69	69
S	TUI	Stars 04	119	94
S	TUI	Türkei 04	104	48

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 27.

Auch eine Vorschau auf die CRS-Eingabe ist möglich. Mit einem Klick auf den Reiter „Musterbuchung“ sind auf einen Blick alle erforderlichen CRS-Eingaben für das ausgewählte Angebot ersichtlich.³⁰⁴

Darstellung 69: TOURmanager Musterbuchung

Produkt-Info Angebots-Info Kataloge Musterbuchung Hotel-Info									
VERAN	TUI	REISEART	NAFR	PERS	2				
ANF	LEISTUNG	UNTERBR	BE	ANZ	VON	EIS			
F	DTM AYT				261004	14			
P	AYT31020 F00	DBH	V	1					

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 28.

Um dem Expedienten das „Best Buy Angebot“ (das preiswerteste Angebot) zu seinen Eingaben anzuzeigen, werden bei der Angebotsdarstellung auch Angebote angezeigt, die eventuell nicht mehr verfügbar sind. Der Expedient hat die

³⁰⁴ Vgl. TOURmanager Online Handbuch, 2004, S.26-28.

Möglichkeit durch Anklicken von „Ausgebuchte ausblenden“ diese nicht anzeigen zu lassen.³⁰⁵

Die Vakanzprüfung und die Anzeige von ausschließlich verfügbaren Angeboten sind durch den Einsatz des VAKANZmanagers möglich. Werden Angebote ohne Vakanzanzeige im System dargestellt, führt man eine Vakanzprüfung mit gleichzeitiger Preisermittlung durch einen Klick auf den Button „VAKANZmanager“ aus. Dabei kommuniziert das System mit dem angeschlossenen Reservierungssystem, welches die Vakanzabfrage beim Veranstaltersystem durchführt. Die Ergebnisse werden pro Tag gespeichert und sind für alle TOURmanager-Nutzer bei der entsprechenden Abfrage erkennbar. So „helfen“ sich die Reisebüros gegenseitig bei der Aktualisierung der Verfügbarkeitsanzeige. Damit ist direkt in der TOURmanager-Maske erkennbar, welche Angebote noch buchbar sind. Die einzelne Übernahme von Angeboten in die Buchungsmaske des CRS zur Vakanzüberprüfung entfällt.

Dieses Tool funktioniert derzeit allerdings nur bei der Verwendung der Reservierungssysteme START Comfort und Amadeus Vista. Mit den übrigen CRS-Anbietern, zu denen Schnittstellen bestehen, werden derzeit Verhandlungen geführt, um diese Funktion auch bei Verwendung dieser Systeme zu ermöglichen.³⁰⁶

Über den Button „BA“ (Buchungsanfrage) lässt sich ein Angebot automatisch in die Buchungsmaske des CRS übernehmen. Diese Funktion besteht in allen Modulen des Produktes. Ebenso ist ein Rücklesen der Daten aus dem CRS in das Vertriebsunterstützungssystem möglich.³⁰⁷ TOURmanager verfügt über Schnittstellen zu den CRS Amadeus Vista, START Comfort, START Webbasic, START Webclient, MySabre+merlin.³⁰⁸

Die Module SPÄTBUCHERmanager, BAUSTEINmanager und CRUISEmanager sind in Aufbau und Funktionsweise analog dem TOURmanager

³⁰⁵ Vgl. Elias, 2004, o.S.

³⁰⁶ Vgl. Elias, 2004, o.S.

³⁰⁷ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

³⁰⁸ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

gestaltet, wobei es moduleigene Abweichungen bzw. zusätzliche Funktionen gibt.³⁰⁹

Darstellung 70: SPÄTBUCHERmanager (Last-Minute-Reisen) Eingabebereich

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 29.

Das Modul SPÄTBUCHERmanager bietet Zugriff auf aktuelle Last-Minute-Angebote. Der Expedient hat die Möglichkeit, bei der Suche nach Angeboten in der Rubrik „Mix“ zwischen den Reisearten „Pauschal“, „Glück“, „Fly & Drive“, „Rundreisen“, „Kreuzfahrten“ und „Charterflügen“ zu wählen, bzw. mehrere gleichzeitig anzugeben. Im Gegensatz zum Katalog-TOURmanager können neben einer Wochenanzahl auch Nächte (1-28) als Reisedauer zur Angebotsuche hinterlegt werden.³¹⁰ Bei der Angebotsdarstellung der Last-Minute-Preise ist die prozentuale Ersparnis, gegenüber dem Katalogpreis, erkennbar.³¹¹

Darstellung 71: BAUSTEINmanager (Nur Hotel) Eingabebereich

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 41.

Das Modul BAUSTEINmanager ermöglicht Reisen individuell zusammen zu stellen. Über das Pull-down-Menü „Thema“ kann der Expedient zwischen den folgenden Reisearten wählen, zu denen Angebote angezeigt werden sollen: Pkw-Eigenanreise, City-Hotels, Wellness, Kuren, Billig-Flugziel, Erlebnisparks, Nationalparks und Wintersport. Dabei werden reine Hotelleistungen abgefragt.

³⁰⁹ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

³¹⁰ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

³¹¹ Vgl. Elias, 2004, o.S.

In der BAUSTEINmanager-Maske kann die Dauer des Aufenthaltes ausschließlich mit der Anzahl der Nächte angegeben werden.³¹²

Darstellung 72: CRUISEmanager (Kreuzfahrten) Eingabebereich

Quelle: TOURmanager Online Handbuch, 2004, S. 53.

Über das Modul CRUISEmanager können über 6.000 Fluss-, See- und Kreuzfahrten abgerufen werden.³¹³

Im Pull-down-Menü „Destination“ kann dabei von „Antarktis“ bis „Yangtze“ nach passenden Angeboten gesucht werden. Des Weiteren gibt es die Möglichkeit über die Selektion eines bestimmten Schiffsnamens gezielt nach Angeboten zu diesem zu suchen. Der CRUISEmanager zeigt, unter Eingabe der Reisedauer, alle Angebote für den selektierten Reisemonat an.³¹⁴ Dabei werden neben den Angeboten der spezialisierten Kreuzfahrtenveranstalter auch die Angebote der Pauschalreiseveranstalter, wie z.B. von Neckermann, angezeigt.³¹⁵

Beliebig können der Check-In-Hafen sowie ein bestimmter Veranstalter festgelegt werden. Bordsprache, Kategorie und Größe des Schiffes (gemessen an der Passagieranzahl) können ebenfalls bestimmt werden.³¹⁶

Mittels Pull-down-Menü kann eine Schiffsart selektiert werden. Unter diesem Punkt hat der Expedient optional die Möglichkeit, Angebote zu den Kategorien „Club“, „Expedition“, „Fluss“, „Hochsee“, „Küstenfahrt“, „Segel“, „Tauchsafari“ oder „Windjammer“ darstellen zu lassen.³¹⁷

³¹² Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

³¹³ Vgl. TOURmanager, 2004b, o.S.

³¹⁴ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

³¹⁵ Vgl. Elijas, 2004, o.S.

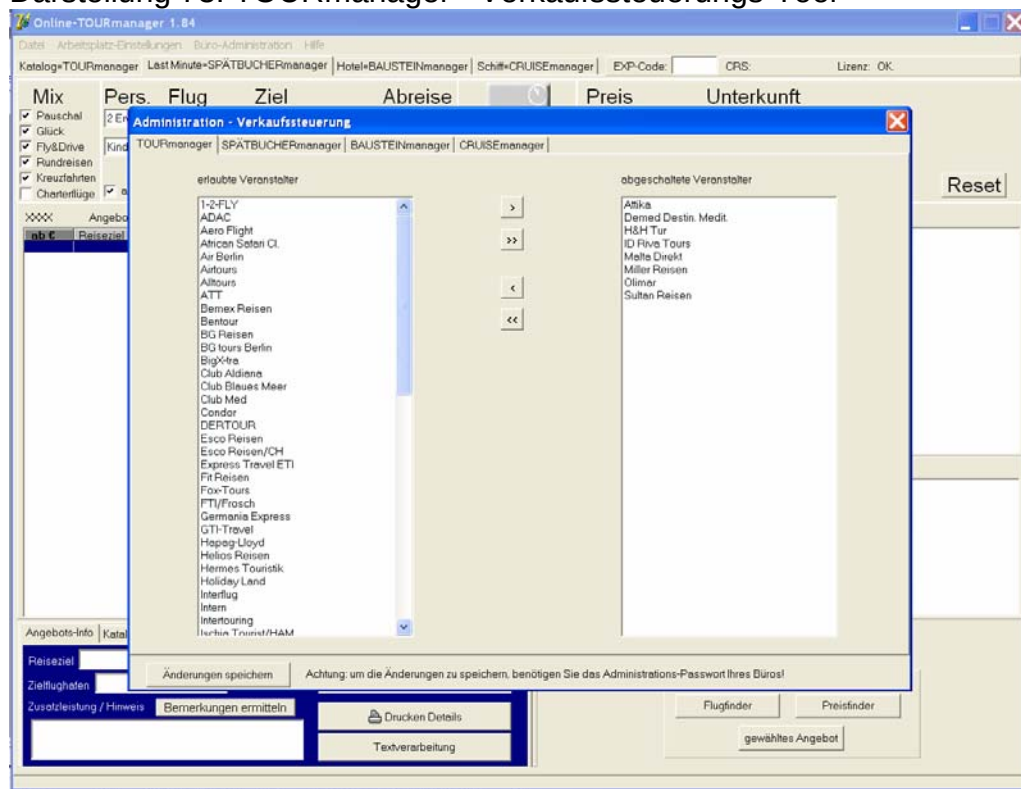
³¹⁶ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

³¹⁷ Vgl. TOURmanager Online Demoversion, 2004, o.S.

Die bisherige TOURmanager CD-ROM-Version verfügt über eine Schnittstelle zu CD-CRUISE Professional (ein eigenes Produkt der Inter Media Data und TOURmanager E-Commerce GmbH). Hier erhält der Expedient Informationen in Form von detaillierten Schiffsbeschreibungen und Zugang zu 497 farbigen Kabinenplänen.³¹⁸ Ein Zugriff auf CD-CRUISE Professional ist bei Verwendung der neuen Online-Version derzeit noch nicht möglich.³¹⁹

TOURmanager verfügt, wie viele Konkurrenzprodukte, über ein Vertriebssteuerungstool, welches für jedes Modul eingesetzt werden kann.³²⁰ In der Verkaufssteuerungsmaske können bestimmte Reiseveranstalter und Charter-Carrier selektiert werden, deren Angebote nicht erscheinen sollen. Die entsprechenden Leistungsanbieter werden einfach „abgeschaltet“. Damit kann jedes Reisebüro individuell den Verkauf steuern und somit Einfluss auf Provisionen und Boni ausüben.³²¹

Darstellung 73: TOURmanager - Verkaufssteuerungs-Tool



Quelle: TOURmanager Online Demoverision, 2004, o.S.

³¹⁸ Vgl. TOURmanager, 2004b, o.S.

³¹⁹ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

³²⁰ Vgl. Elias, 2004, o.S.

³²¹ Vgl. TOURmanager, 2004c, o.S.

Über die Funktion „Teamtips“, welche bei der Offline-Version von TOURmanager bereits existiert, können die Expedienten eines Reisebüros ihre Erfahrungen mit bestimmten Hotels eingeben, die dann beim Aufrufen eines Angebotes für das betreffende Hotel automatisch in der Hotel-Detailmaske erscheinen.³²² Diese Funktion, genauso wie ein Modul, welches das Versenden von Angeboten per E-Mail sowie diverse Druckfunktionen bietet, wird in naher Zukunft ebenfalls für die Online-Version verfügbar sein.³²³

Ein umfangreiches Handbuch, welches unter der Option „Hilfe“ hinterlegt ist, führt den Expedienten gezielt durch alle Module des Systems. Support bei Problemen und Fragen ist telefonisch erhältlich.³²⁴

³²² Vgl. TOURmanager, 2004d, o.S.

³²³ Vgl. Gerber, 2004, o.S.

³²⁴ Vgl. Elias, 2004, o.S.



4.6 Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH TravelFoxx Online - -

Die Firma Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH, kurz Traffics, wurde im Jahr 1999 gegründet. Bereits Ende 2000 / Anfang 2001 kam das Vertriebsunterstützungssystem TravelFoxx Offline auf den Markt. Im März 2004 wurde die internetbasierte Version TravelFoxx Online auf der ITB vorgestellt und anschließend auf dem Markt eingeführt. Der Unterschied zwischen diesen beiden Produkten liegt darin, dass TravelFoxx Offline nur zwei Mal am Tag aktualisiert wird, während TravelFoxx Online immer über aktuelle Daten verfügt bzw. mit jeder Anfrage aktualisiert wird. Zudem ist TravelFoxx Online nicht standortgebunden, d.h. verfügt der Expedient über die Zugangsdaten, hat er von jedem beliebigen Computer mit Internetzugang Zugriff auf dieses System. Nutzer von TravelFoxx Online sind in erster Linie Ketten- und Kooperationreisebüros wie z.B. von Schmetterlingsreisen, RTK und Prima Urlaub.³²⁵

TravelFoxx Online ist an die hauseigene Datenbank mit über 40 Reiseveranstaltern wie Neckermann, LTU Touristik, Bucher oder Thomas Cook angeschlossen. Insgesamt stehen etwa 250 Millionen Datensätze zur Abfrage bereit. Im Gegensatz zur herkömmlichen, manuellen Eingabe der Katalogpreise, hat Traffics eine Software (mit Namen BlockFoxx) entwickelt, welche die Druckvorlagen der Reisekataloge, die von den Reiseveranstaltern als Quark-Express-Dateien vorliegen, vollständig und fehlerfrei in sekundenschnelle einliest und in der Traffics-Datenbank hinterlegt. Diese Software kennt nahezu alle Ausnahmen und Regeln der Reisekataloge wie Kinder- und Frühbucherermäßigungen, oder auch Saisonüberschreitungen. BlockFoxx ist seit Februar 2004 im Einsatz.³²⁶ In der Traffics-Datenbank befinden sich Angebote aus dem Bereich Last-Minute-Reisen, Katalogreisen sowie Charterflüge.³²⁷

Sollten Probleme bei der Verwendung von TravelFoxx Online auftreten, hat der Expedient die Möglichkeit, ein Online-Handbuch direkt aus dem Programm auf-

³²⁵ Vgl. Gute, 2004, o.S.

³²⁶ Vgl. Sahi, 2004, o.S.

³²⁷ Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

zurufen. Des Weiteren kann eine kostenpflichtige Support-Hotline angerufen werden. Sollten trotz Online-Handbuch und Support-Hotline Fragen bestehen, werden kostenlose Schulungen angeboten.³²⁸

TravelFoxx Online hat Schnittstellen zu den CRS START Comfort, START Webclient, START ISDN, Merlin, MerlinX und zum Content-Anbieter GIATA.

Die Eingabemaske von TravelFoxx Online kann in fünf verschiedene Bereiche eingeteilt werden.

Darstellung 74: TravelFoxx Online Eingabemaske

Bereich 1: Search Filters

Reiseart	VA	Person	Kind1	Kind2	Kind3	ab	von	min	max	bis
Paus	?	2	keins	kei			05.10.04			23.10.04

Bereich 2: Region List

Region	Preis
Balearen	172€
Kanaren	379€
Portugal	259€
Spanisches Festland	263€
Türkei, Zypern	205€
Griechische Inseln	299€
Italien	199€
Tunisia	324€
Ägypten	194€
Emirate, Dubai	369€
Afrika	757€
Kuba	876€
Dominikanische Republik	596€
Karibik	645€
Mittelamerika	671€
Asien, Japan	845€
	730€

Bereich 3: Hotel List

Hotel	Ziel	Ort	*AV	VA	UA	VA	UA	HC	EUR
Vista Badia	PMI	Sa Coma	4	BU	ST	OV	SALU	172	
Floriana Resort	PMI	Bahia De Cala Millor	4	BU	AP	OV	AALU	178	
Vista Badia	PMI	Sa Coma	4	BU	AP	OV	AALU	180	
Bienvenidos, hostel	PMI	Cala D'or	2	BU	DZ	UF	DALG	183	
Bucher Hotline B-bb	PMI	Cala Ratjada	2	BU	DZ	HP	DALH	183	
Playa Sol	PMI	El Arenal	2	BU	DZ	UF	DALG	183	
Juan Palma Hostel	PMI	Arenal	2	7TUR	DZ	UF	DZ F	185	
Teide, hostel	PMI	Arenal	2	BU	DZ	UF	DALG	189	
Montesol	PMI	Arenal	1	J	DZ	HP	DDLH	191	
Bucher Hotline Bb	PMI	Cala Millor	2	BU	DZ	HP	DALH	193	
Cala Millor Playa	PMI	Bahia De Cala Millor	3	BU	AP	OV	AAMU	193	
St. elena	VAR	St. Konstantin	3	BU	DZ	UF	DALG	194	
Bucher Hotline B-bb	PMI	Playa De Palma/arena	1	BU	DZ	UF	DDLH	195	
Boccaccio Playa	PMI	Bucht Von Alcudia	3	BU	AP	OV	AAMU	195	
Vista Pinar	PMI	Cala Ratjada	2	DIS	DZ	UF	DO B	197	
Vista Pinar	PMI	Cala Ratjada	2	BU	DZ	HP	DALH	198	

Bereich 4: Flight List

Reisedatum	ab	Flughafen	Tage	Preis	Status	Gesamt
10.10. - 13.10.	SZG	Salzburg (A)	3	172 €		
06.10. - 08.10.	FRA	Frankfurt	2	198 €		
06.10. - 08.10.	FKB	Karlsruhe	2	208 €		
06.10. - 08.10.	STR	Stuttgart	2	208 €		
06.10. - 08.10.	MUC	München	2	218 €		
08.10. - 13.10.	FRA	Frankfurt	3	222 €		
08.10. - 11.10.	DUS	Düsseldorf	3	222 €		
06.10. - 10.10.	FMO	Münster	4	226 €		

Right Sidebar: Hotel Details for Vista Badia

Mallorca Sa Coma
Vista Badia ★★★★★
Hotelcode: 3534

Lage:
Etwas zurückgesetzt von der Straße nach Cala Millor, zum Strand gehen Sie etwa 400 m. Geschäfte, Bars und Restaurants in ca. 600 m Entfernung. Einkaufszentrum im Hotelnähe.

Ausstattung:
Komfortables Aparthotel mit 200 Wohneinheiten auf 4 Etagen, 4 Lift. Das vollklimatisierte Haus bietet seinen Gästen eine großzügige Empfangshalle mit Rezeption, elegante Salons, Cafeteria, Fernsehraum mit Satellitenprogrammen. In der Gartenanlage finden Sie den Swimmingpool mit 2 Kinderbecken, eine Sonnenterrasse mit Liegen und Sonnenschirmen sowie die

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

³²⁸ vgl. Sahi, 2004, o.S.

Möchte ein Expedient über dieses System eine Angebotssuche starten, werden in die Suchmaske (Bereich 1) die vorliegenden Kundendaten und -wünsche eingegeben. Als Reiseart kann bestimmt werden: „Pauschalreise“ (welche Hotel & Flug sowie Last-Minute und Katalogreise beinhaltet), „Charterflug“, „Auto- bzw. Eigenanreise“ oder „Hotelreise“ (ausschließlich so genannte „Warm-Wasser-Hotels“).³²⁹ Als Grundeinstellung ist die Pauschalreise hinterlegt.³³⁰

Die erste mögliche Eingrenzung der Angebotssuche erreicht man im nächsten Eingabefeld, dem „VA (Veranstalter) - Feld“. Möchte der Kunde nur mit einem bestimmten Veranstalter verreisen, kann dessen Code hier eingegeben oder über das entsprechende Pull-down-Menü ausgewählt werden.

Durch das Ausfüllen der Eingabefelder „Personen-Anzahl“ (bis zu acht Erwachsene) und der Angabe des Alters von mitreisenden Kindern (bis zu drei Kinder) wird die Gesamtzahl der Reisenden für die Angebotssuche hinterlegt.³³¹

Als Abflughafen oder -häfen können entweder die einzelnen Flughäfen als 3-Letter-Code eingegeben oder aus dem entsprechenden Pull-down-Menü, wie z.B. Berlin, Region Nord oder der Schweiz, ausgewählt werden. Der Reisezeitraum wird in zwei Eingabefeldern („von“ und „bis“) eingetragen. Sofern der Kunde keine bestimmte Reisedauer festgelegt hat, kann durch Ausfüllen der Felder „min“ und „max“ eine minimale bzw. maximale Aufenthaltsdauer zur Angebotssuche hinterlegt werden.³³²

Darstellung 75: TravelFoxx Online Bereich 1, Eingabebereich

Reiseart	VA	Person	Kind1	Kind2	Kind3	ab	von	min	max	bis
Paus	2	2	keins	keins	keins		05.10.04			23.10.04
Unterk.	Verpf.	Kat. ab	pp. ab	pp. bis	Suche in	Suche nach			Suchen	
alle	alle	alle			Hotellname				Leeren	

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

³²⁹ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 2/8.

³³⁰ Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

³³¹ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 2/8.

³³² Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Um das Hotel bzw. das Zimmer genauer zu bestimmen, werden die Felder „Unterkunft“, „Verpflegung“ und „Kategorie“ ausgefüllt. Die entsprechenden Kriterien, wie z.B. Doppelzimmer oder Halbpension sowie Anzahl der Sterne, sind über die jeweiligen Pull-down-Menüs auszuwählen.³³³

Eine weitere Eingrenzung der Angebotsdarstellung kann durch eine Reisepreiseinschränkung erzielt werden. In den zwei entsprechenden Eingabefeldern kann jeweils ein Mindestpreis bzw. ein maximaler Preis pro Person eingegeben werden.³³⁴

Hat der Kunde bereits einen bestimmten Hotelwunsch, ist es möglich, über das Eingabefeld „Suche in“ ein Kriterium, wie z.B. „Hotelname“, auszuwählen und unter Eingabe des entsprechenden Hotelnamens nach Angeboten zu diesem zu suchen.³³⁵

Sind alle vorliegenden Daten und Kundenwünsche in die Suchmaske (Bereich 1) eingetragen und ausgewählt, wird entweder mit der Enter-Taste oder mit einem Klick auf das Feld „Suchen“ die Angebotssuche ausgelöst.

In der Regionsliste (Bereich 2) erscheinen nach dem Auslösen der Angebotsuche sämtliche, zur Verfügung stehenden Angebote, wobei neben der jeweiligen Region der günstigste Angebotspreis pro Person angezeigt wird. Durch einen Klick auf eine bestimmte Region, werden die einzelnen Zielgebiete dieser Region angezeigt. Auch hier wird das jeweils günstigste Angebot an erster Stelle angezeigt. Zeitgleich erscheinen in der Leistungsmaske (Bereich 3) sämtliche Angebote der ausgewählten Region oder des ausgewählten Zielgebiets. Die angezeigten Angebote sind nach dem Preis sortiert. Eine individuelle auf- oder absteigende Sortierung nach Hotelnamen, Zielen, Orten usw. ist per Klick auf die Pfeile in der Leiste oberhalb der Leistungsmaske möglich.³³⁶

Unterhalb der Leistungsmaske befindet sich die Navigation, die zum vor- und zurückblättern der Angebote dient. Zwischen den Pfeilsymbolen wird die

³³³ Vgl. Gute, 2004, o.S.

³³⁴ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 2/8.

³³⁵ Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

³³⁶ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 3/8-4/8.

Gesamtzahl der Angebote angezeigt sowie die aktuelle Seitenzahl, auf der man sich gerade befindet.³³⁷

Darstellung 76: TravelFoxx Online mit HolidayCeck-Informationen

Hotel▼	Ziel▼	Ort▼	*▼	VA▼	UA▼	V▼	UC▼	HC	EUR
Bucher Hotline B-bb	PMI	Cala Ratjada		BU	DZ	HP	DALH	187	187
Playa Sol	PMI	El Arenal	2	BU	DZ	UF	DALG	→	187
Teide,hostal	PMI	El Arenal	2	BU	DZ	UF	DALG	→	194
Vista Badia	PMI	Sa Coma	4	NEC	AP	OV	2LOV	→	194
Vista Pinar	PMI	Cala Ratjada	2	DIS	DZ	UF	DO B	→	197
Bucher Hotline Bb	PMI	Ca'n Picafort	2	BU	DZ	HP	DALH		197
Felip Nebenhaus	PMI	Porto Christo	2	BU	DZ	HP	DDLH		
Playamar	PMI	S'illot	2	BU	DZ	HP	DALH	→	
Bienvenidos,hostal	PMI	Cala D'or	2	BU	DZ	HP	DALH		
Bellamar	PMI	Cala Ratjada	2	BU	DZ	HP	DALH	→	
Bucher Hotline B-bb	PMI	Playa De Palma/arena	1	BU	DZ	UF	DDLG		
Teide	PMI	El Arenal	2	LMX	DZ	UF	D F	→	
Cala Millor Playa	PMI	Bahia De Cala Millor	3	BU	AP	OV	AAMU	→	
Bucher Hotline Bbb	PMI	Ostküste	3	BU	DZ	HP	DALH		
Juan Palma Hostal	PMI	Arenal	2	7TUR	DZ	UF	DZ F		
Playas Arenal	PMI	El Arenal	3	BU	DZ	HP	DALH	→	203

Anzahl d. Bewertungen: 15
 Gesamtbewertung.....43%
 Weiterempfehlung.....43%
 Hotel.....35%
 Service.....58%
 Lage.....60%
 Gastronomie.....39%
 Zimmer.....39%
 Sport/Unterhaltung....14%

Hotel 1 bis 21 von 11428

Reisedatum	ab	Flughafen	Tage	Preis	Status	Gesamt	Export
------------	----	-----------	------	-------	--------	--------	--------

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Neben der Preisangabe befinden sich Ergebnisse des HolidayCheck (HC). HolidayCheck ist ein unabhängiges Meinungsportal mit über 76.640 Hotelbewertungen, welche von Internetnutzern erteilt werden. TravelFoxx Online ist mit HolidayCheck verlinkt, so dass die jeweilige Hotelbewertung hier ersichtlich ist.

Die Ergebnisse der Bewertungen sind durch Pfeile dargestellt, wobei ein nach oben zeigender, grüner Pfeil eine positive und ein nach unten zeigender, roter Pfeil eine negative Bewertung darstellt. Hinterlegte Mouse-over-Texte lassen die prozentualen Ergebnisse der einzelnen Kriterien erkennen.³³⁸

³³⁷ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 3/8-4/8.

³³⁸ Vgl. HolidayCheck, 2004, o.S.

Darstellung 77: TravelFoxx Online Eingabemaske Angebotsdarstellung nach Zielgebietsselektion

TravelFoxx Buchungen TBM Statistik Links Angebote Textbausteine Stammdaten Veranstalter

Bereich 1

Reiseart: Paus, Person: 2, Kind1: keins, Kind2: keins, Kind3: keins, von: 05.10.04, bis: 23.10.04

Bereich 2

Region	Preis
Balearen	1726
Kanaren	3796
Portugal	2596
Faro	2596
Madeira	3696
Lissabon	4006
Ponta Delgada (Azoren)	4796
Spanien	2636
Festland	2996
Türkei, Zypern	2056
Griechische Inseln	2996
Griechenland	2796
Italien, Malta	1996
Tunesien, Marokko	3246
Osteuropa	1946
Ägypten	3666
Emirate, Dubai	7576
Karibik	6716
Mittelamerika	8456
Asien, Japan	7306

Bereich 3

Hotelname	Ziella	Orta	Preis
Bahia Palace	PDL	Agua D'alto	540 €
Royal Garden	PDL	Ponta Delgada	576 €
Holiday Inn	PDL	Sao Miguel	619 €
Avenida	PDL	Sao Miguel	669 €
Bahia Palace	PDL	Agua D'alto	670 €
Talisman	PDL	Sao Miguel	689 €
Bahia Palace	PDL	Agua D'alto	710 €
Holiday Inn	PDL	Sao Miguel	724 €
Holiday Inn 3tg Golf	PDL	Sao Miguel	729 €
Acores Atlantico	PDL	Sao Miguel	739 €
Holiday Inn 5tg Golf	PDL	Sao Miguel	754 €
Royal Garden 3tg Gol	PDL	Ponta Delgada	759 €
Royal Garden 5tg Gol	PDL	Ponta Delgada	784 €
Avenida	PDL	Sao Miguel	795 €
Bahia Palace	PDL	Agua D'alto	796 €
Talisman Incl.3 Tg G	PDL	Sao Miguel	799 €

Bereich 4

Ponta Delgada (Azoren) Playa del Carmen / Playacar
 Rundreise Yucatan Highlights + Badeaufenthalt ★★★★★

Preis: 754 €
 Katalogseite: 82
 Hotelcode: 83441a

Beschreibung:
 Kultur und Baden in Playa del Carmen:
 Die erste Rundreise findet am 4.5.04 statt. Unsere Rundreise Yucatan Highlights zeigt Ihnen die eindrucksvollen Höhepunkte der verschiedenen Kulturen in Tulum, Chichen Itza und Uxmal. Diese Rundreise haben wir für Sie besonders preisattraktiv kombiniert mit einem Badeaufenthalt im Hotel Viva Azteca (4,5 Sterne) oder Oasis Puerto Aventuras (3,5 Sterne) -

Reisedatum: 08.10. - 15.10. MUC München 7 754 €
 08.10. - 15.10. VIE Wien (A) 7 908 €

Daten: Alle, Hotels: 20, Termine: 20

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Eine weitere Beratungshilfe für den Expedienten stellen die GIATA-Hotelinformationen (Bereich 5) dar, welche sich neben der Leistungsmaske befinden. Sobald ein Hotel ausgewählt wurde, erscheint in diesem Bereich die Katalogbeschreibung des jeweiligen Reiseveranstalters mit Angabe des Kataloges, der Seite und des Hotelcodes. Für zusätzliche Informationen genügt ein einfacher Klick in diesen Bereich und es öffnet sich ein Fenster mit Zusatzinformationen.³³⁹

³³⁹ Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Vor den jeweiligen Hotelnamen in der Leistungsmaske befinden sich verschiedene Symbole, die es dem Expedienten erleichtern, die Angebote schnell einzuordnen. Die Symbole haben folgende Bedeutung:



Glückshotel



Katalogreisen



Last-Minute



Frühbucher



Preisvergleich

Mit einem Klick auf die „Lupe“, wird der Preisvergleich ausgelöst. Dieser erscheint in der Leistungsmaske. Sämtliche Angebote zu einem Hotel werden nach dem Preis sortiert und veranstalterübergreifend dargestellt. Wählt man nun ein Angebot aus (wie in Darstellung 79 auf S. 146, grün unterlegt), erscheinen in der Terminliste (Bereich 4) die möglichen Reisezeiten, das Reisedatum, der Abflughafen, die Reisedauer sowie der Preis pro Person. Hinter dem Informationszeichen vor dem jeweiligen Reisezeitraum verbergen sich Informationen zum Abflughafen, die per Mausklick aufgerufen werden können.³⁴⁰

Durch einen Klick auf das gewünschte Angebot wird die Vakanzprüfung gestartet. Nach der Anfrage wird in der Leistungsmaske der Veranstalterhinweistext eingeblendet. Ist ein Angebot buchbar, erscheint in der Statusspalte der Vermerk „buchbar“ und in der Spalte „gesamt“ der Gesamtpreis der Reise. Wenn bei einer Vakanzabfrage ein Angebot nicht mehr buchbar ist, wird dies in der Statusspalte angezeigt. Ein nicht mehr verfügbares Angebot, wird aus der Traffics-Datenbank gelöscht und erscheint bei zukünftigen Datenbankabfragen nicht mehr.³⁴¹

³⁴⁰ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 4/8.

³⁴¹ Vgl. Gute, 2004, o.S.

Darstellung 78: TravelFoxx Online Eingabemaske nach einer Vakanzabfrage

TravelFoxx Buchungen TBM Statistik Links Angebote Textbausteine Stammdaten Veranstalter

Reiseart: YA Person: 2 Kind1: keins Kind2: keins Kind3: keins ab: 05.10.04 von: min: max: bis: 23.10.04

Unter: Verpfl. Kat. ab pp. ab pp. bis Suche in Suche nach Suchen Leeren

alle alle alle Hotelname

Region	Preis	Hotel	Ziel	Ort	AV	VA	UA	VA	UCA	HC	EUR
Balearen	172€	Costa Liza Beach Res	POP	Cabarete	3	LMX	DZ	AI	D A		755 €
Kanaren	379€	Amhsa Marina Roulett	POP	Cabarete	3	LMX	DZ	AI	D A		769 €
Portugal	259€										
Spanisches Festland	263€	Hotel: Costa Liza Beach Resort *** (AI)									
		Zimmer: Doppelzimmer (D)									
Türkei, Zypern	205€										
Griechische Inseln	299€										
Griechenland	279€										
Italien, Malta	199€										
Tunesien, Marokko	324€										
Osteuropa	194€										
Ägypten	366€										
Emirate, Dubai	757€										
Afrika	876€										
Kuba	596€										
Dominikanische Republik	645€										
Puerto Plata	755€										
Punta Cana	645€										
Karibik	671€										
Mittelamerika	845€										
Asien, Japan	730€										

Daten: Alle Hotels: 20 Termine: 20

Puerto Plata Cabarete

Costa Liza Beach Resort ★★☆☆

Online Angebote

Hotelcode: popclb

Preiswerte, familiär geführte Anlage am schönen Strand von Cabarete, dem beliebten Surfstrand der Windsurfing-Elite aus aller Welt.

Lage: Nur durch einen 80 m breiten Palmenhain vom Strand getrennt. Das Zentrum von Cabarete erreichen Sie nach 2 km. Transferzeit vom Flughafen Puerto Plata ca. 40 Minuten.

Einrichtung: Das familiär geführte Hotel verfügt über insgesamt 62 Zimmer und bietet Rezeption, Restaurant, Pool- und Strandbar, Swimmingpool,

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Um das vakanzgeprüfte und ausgewählte Angebot zu buchen, kann der Expedient durch einen Klick auf den Button „Buchen“, die Daten in die Traffics eigene Buchungsmaske (TBM) übernehmen.³⁴²

Die TBM wurde im Juni 2004 als eigenes CRS auf den Markt gebracht.³⁴³ Allerdings ist Traffics noch kein vollwertiges CRS, da Bausteinreisen nur begrenzt buchbar sind und Schnittstellen zu den gängigen Back-Office-Systemen fehlen. Laut Traffics-Gesellschafter Muskewitz seien dies aber die nächsten Projekte. Sollte ihnen dieser Schritt gelingen, „wäre Traffics ein vollwertiges touristischer CRS-Betreiber und ein potenzieller Mitbewerber von Amadeus und Sabre“.³⁴⁴

³⁴² Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 4/8.

³⁴³ Vgl. Gute, 2004, o.S.

³⁴⁴ Vgl. Rogl, 2004b, S. 60-61.

Darstellung 79: Traffics Buchungsmaske (TBM)

Expedient		Agenturname		Referenz Partner		Eingang		Anmeldungsnr.		Status			
TESTFREISCHALTUNG P		TESTFREISCHALTUN		TFX									
Veranstalter noch nicht bei Traffics verfügbar													
Aktion	Veran	Reiseart	Pers	EXP	Berater			Agentur	Vorgang				
BA	TUI	?	SPAN	2									
Nr	M	Anf	Leistung	Unterbring.	Bel	Anz	Hin	Rück	Zuordnung	S	Preis		
1		F	MLH XRY				101104						
2		F	XRY MLH				171104						
3		P	XRY16070Z10	DBJH	G		101104	171104					
4		KV											
Nr	Anr	Name/Vorname/Titel			Alter	Preis	Nr	Anr	Name/Vorname/Titel			Alter	Preis
1	H	TIBET/A					2	D	TIBET/B				
3							4						
KD-Wunsch					Bem.				Anz.		Ges.		
Name		Vorname			Strasse		PLZ		Ort		pÜ		
											Leeren		
Zusatz		Telefon			Email		Fax		Mobil		Mietwagen		
											Hotelinfo		
Callcntr-Mitarbeiter		Callcntr-Bemerkung					Callcntr-Status			Callcenter			
										Drucken			

Quelle: Traffics, 2004a, o.S.

Vor Abschluss der Buchung erscheint in der TBM ein Pop-Up-Fenster, welches an die Buchung eines Mietwagens des Anbieters Holiday Cars erinnert. Diese Funktion soll der Unterstützung von Zusatzverkäufen dienen.³⁴⁵

Die Suche nach einem geeigneten Mietwagenangebot kann optional direkt aus der TravelFoxx Online-Maske über den Button „Mietwagen“ gestartet werden.³⁴⁶

³⁴⁵ Vgl. Gute, 2004, o.S.

³⁴⁶ Vgl. TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Darstellung 80: TravelFoxx Online E-Mail-Angebot

Angebot - Nachricht (HTML)

Von: Gesendet: Do 07.10.2004 21:51

An:

Cc:

Betreff: Angebot

Unsere spezielle Empfehlung für Ihren Urlaub

Sehr geehrter (anrede) (nachname),

(kopftext)

FIESTA RESORT & CASI☆☆ **Pro Person**

ab 1143 €

Costa Rica - PUNTARENAS
Suite mit All Inclusive

Beratung:

Großzügig angelegtes "Alles inklusive"-Hotel mit jeglichem Komfort für erholsame und erlebnisreiche Urlaubstage. Direkt am dunklen...

Ihre Reisemöglichkeiten:

Reisedatum	Abflughafen	Dauer	Preis pro Person	Status
18.10.2004 - 25.10.2004	Frankfurt	7	1143 €	Prüfen
18.10.2004 - 25.10.2004	Köln/Bonn	7	1163 €	Prüfen
18.10.2004 - 25.10.2004	Düsseldorf	7	1163 €	Prüfen

Wir hoffen, Ihnen sagt das Angebot zu.

Mit freundlichen Grüßen

Quelle: TravelFoxx Online Demoversion, 2004, o.S.

Ist der Kunde noch unentschlossen, hat der Expedient die Möglichkeit, bis zu acht buchbare Angebote aus der Terminliste (Bereich 4), direkt aus dem System heraus, an den Kunden per E-Mail zu versenden. Dabei werden die Reisedaten mit Hotelbildern und -beschreibung als html-Datei verschickt. So kann sich der Kunde zu Hause in Ruhe für ein Angebot entscheiden.³⁴⁷

Entschließt sich der Kunde für ein Angebot, kann er direkt aus der E-Mail eine erneute Vakanzprüfung starten. Falls das Angebot mittlerweile nicht mehr buchbar ist, werden alternative Angebote, z.B. mit einem anderen Abflugtermin, angezeigt. Ist das Angebot noch verfügbar, kann der Kunde eine verbindliche Reiseanmeldung vornehmen. Dafür muss er seine persönlichen Daten wie Name, Adresse, Telefonnummer, Reisetilnehmer usw. angeben und bestätigen. Diese Daten laufen im Reisebüro auf einer Liste in der TBM auf. Der

³⁴⁷ Vgl. Gute, 2004, o.S.

Expedient tätigt schließlich auf Grundlage der übermittelten Buchungsanfrage eine Festbuchung.³⁴⁸

Unter der Terminliste (Bereich 4) befinden sich noch drei weitere Eingabefelder, mit denen man je nach Bedarf die Performance von TravelFoxx Online anpassen kann. Unter der Einstellung „Daten“, hat man die Wahl zwischen Nur-Katalog und / oder Nur-Last-Minute. In der zweiten Einstellung „Hotels“ kann man die Anzahl der angezeigten Angebote in der Leistungsmaske bestimmen. Im Eingabefeld „Termine“ lässt sich die Anzahl der Angebote, welche in der Terminliste erscheinen sollen, beeinflussen.³⁴⁹

Eine Vertriebssteuerung ist bei TravelFoxx ebenfalls vorhanden. Hierdurch kann den verschiedenen Veranstaltern jeweils eine bestimmte Priorität zugewiesen werden. Zusätzlich kann nach Zielgebiet, Hotelkette und je nach Abfluggebiet in Abhängigkeit der Saisonzeiten eine Steuerung vorgenommen werden.

Pro Reisebüro fallen für TravelFoxx Offline monatliche Gebühren von € 15,- und für TravelFoxx Online monatliche Gebühren von € 20,- an. Die Nutzung der Traffics Buchungsmaske ist bei Verwendung von TravelFoxx kostenlos.³⁵⁰

Noch in diesem Jahr soll die Aufnahme der Option „Suche nach Ferienwohnungen“ verwirklicht werden. Des Weiteren plant Traffics die Vermarktung von TravelFoxx Online in Osteuropa.³⁵¹

³⁴⁸ Vgl. Gute, 2004, o.S.

³⁴⁹ Vgl. Traffics Handbuch, 2004, S. 6/8.

³⁵⁰ Vgl. Sahi, 2004, o.S.

³⁵¹ Vgl. Sahi, 2004, o.S.

5 VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNGSSYSTEME IM VERGLEICH

Wie bereits in Kapitel vier dargestellt, existieren am Markt insgesamt sechs vergleichbare Vertriebsunterstützungssysteme. Untersuchungsgegenstand dieser Projektstudie war es deshalb zu analysieren, wie sich diese Systeme im Reisebüroalltag bewähren. Dies bedeutete, die derzeit am Markt gängigen Vertriebsunterstützungssysteme für Pauschalreisen hinsichtlich ihrer Handhabung und Funktionen zu vergleichen und die jeweiligen Stärken und Schwächen der Systeme aufzuzeigen, was mit den folgenden Maßnahmen angestrebt wurde:

- Erfassung von Systemeigenschaften, Eingabemöglichkeiten und Funktionen der Systeme
- Durchführung eines Usability Tests
- Befragung von Expedienten
- Erfassung und Gegenüberstellung der anfallenden Kosten für die Systemnutzung

Dabei wurden die bereits in Kapitel vier dargestellten Vertriebsunterstützungssysteme berücksichtigt und zwar ausschließlich die onlinebasierten Versionen dieser Systeme.

Die Auswertung der erfassten Daten erfolgte unter Einsatz eines Scoring-Models, auf welches in Kapitel sechs näher eingegangen wird.

5.1 Erfassung von Systemeigenschaften, Funktionen und Eingabemöglichkeiten

Obwohl in den Grundzügen sehr ähnlich, weisen die Vertriebsunterstützungssysteme Unterschiede auf. Um diese vergleichend abbilden zu können, wurde in einem Kriterienkatalog erfasst, über welche Systemeigenschaften, Funktionen und Eingabemöglichkeiten die Systeme verfügen.

A) Systemeigenschaften:

Vergleichend wurde unter Berücksichtigung der Anzahl Reiseveranstalter dargestellt, über welche Gesamtdatenmenge die Systeme verfügen. Besonders beachtet wurde, ob sich darunter auch Katalogdaten der TUI befinden. Darüber hinaus wurde erfasst, zu welchen Reservierungssystemen Schnittstellen bestehen.

B) Funktionen:

Hierunter fallen ein Vertriebssteuerungstool, die Möglichkeit der Vakanzprüfung von gleichzeitig mehreren Angeboten, systemeigenes Informationsangebot inklusive Wissensdatenbank sowie das Vorhandensein von Druck- und Versendungsfunktionen (per E-Mail) von Angeboten.

C) Eingabemöglichkeiten:

Unter diesem Kriterium wurde zum einen erfasst, welche Reisearten über das jeweilige Vertriebsunterstützungssystem abrufbar sind. Vergleichend wurde aufgelistet, ob die Systeme über den Bereich Pauschal- und Last-Minute-Reisen hinaus auch andere Reisearten (beispielsweise Rund- oder Kreuzfahrtreisen) anbieten, zu denen Angebote gesucht werden können. Des Weiteren wurden die Eingabemöglichkeiten der Grunddaten aufgenommen (Reisezeitraum, Reisedauer, Reiseziel, Struktur der Reisenden usw.) sowie die Eingabemöglichkeiten hinsichtlich der Kundenwünsche.

Die Erfassung der Kriterien erfolgte mit Hilfe von Demoversionen der Systeme, welche von den Systemanbietern zu Verfügung gestellt wurden. Systemeigenschaften, die eventuell durch die Demoversion nicht erkennbar sind (wie z.B. das Vorhandensein eines Vertriebssteuerungstools) wurden durch Gespräche mit den System-Anbietern aufgenommen.

5.2 Durchführung eines Usability Tests

Weiterer Bestandteil der Untersuchung war die Durchführung eines Usability Tests.

Das Wort Usability setzt sich zusammen aus den englischen Wörtern *to „use“* (benutzen, verwenden) und *„the ability“* (die Fähigkeit), in diesem Sinne also die „Fähigkeit etwas zu verwenden“. Übersetzungsversuche scheiterten aufgrund der Komplexität des Begriff Usability, weshalb sich auch im deutschen Sprachraum der englische Begriff durchsetzte. Im deutschen Sprachgebrauch kommen die Begriffe Benutzerfreundlichkeit, Gebrauchsgüte, Einfachheit (Ease-of-Use)³⁵² oder auch Gebrauchstauglichkeit³⁵³ dem Begriff Usability am nächsten. Dabei bezieht sich Usability auf alles, was der Benutzer in irgendeiner Art und Weise bedienen kann.³⁵⁴

Definition Usability nach ISO-Norm 9241:

„Usability ist das Ausmaß, in dem ein Produkt durch bestimmte Benutzer in einem bestimmten Nutzungskontext genutzt werden kann, um bestimmte Ziele effektiv, effizient und zufrieden stellend zu erreichen.“³⁵⁵

Erläuterung zur Definition am Beispiel einer Website:³⁵⁶

- Nutzungskontext: Der Nutzungskontext spielt eine wichtige Rolle bei der Bewertung der Usability und enthält auf der einen Seite die Kommunikationsabsichten des Anbieters und die Zielsetzung von z.B. einer Website und auf der anderen Seite den Benutzer mit seinen Eigenschaften, seiner Erwartungshaltung, seinen Aufgaben und seinen Zielen.
- Effektivität: Die Genauigkeit und Vollständigkeit mit der ein Nutzer sein Ziel erreichen kann, bezeichnet man als Effektivität. Hierbei unterstützten ihn beispielsweise Sortieroptionen oder Hilfefunktionen.

³⁵² Vgl. Borsutzky, 2002, o.S.

³⁵³ Vgl. TÜViT, 2004, o.S.

³⁵⁴ Vgl. Borsutzky, 2002, o.S.

³⁵⁵ Borsutzky, 2002, o.S.

³⁵⁶ Vgl. Borsutzky, 2002, o.S.

- Effizienz: Den zeitlichen Aufwand, den der Nutzer benötigt, um sein Ziel zu erreichen, steht für die Effizienz. Sie hängt sehr stark mit z.B. der Navigation der Website und deren Ladezeiten zusammen.
- Zufriedenheit: Die Zufriedenheit umschreibt das subjektive Nutzerempfinden.

In Bezug auf die Vertriebsunterstützungssysteme wurde versucht, mit Hilfe eines Tests, die Usability (Benutzerfreundlichkeit / Gebrauchsqualität) der Vertriebsunterstützungssysteme festzustellen. Hierbei wurden vor allem die Effektivität und die Effizienz berücksichtigt. Nutzungskontext und die Zufriedenheit fanden in einer anschließenden Befragung der Expedienten Beachtung.

Zum Zweck der entsprechenden Datenerhebung wurden Reisebüroexpedienten im Umgang mit dem jeweils zu überprüfenden Vertriebsunterstützungssysteme beobachtet. Der Begriff Beobachtung ist wie folgt definiert:

„Die Beobachtung ist eine Datenerhebungsmethode, die auf die planmäßige Erfassung sinnlich wahrnehmbarer Tatbestände zum Zeitpunkt ihres Geschehens gerichtet ist.“³⁵⁷

Grundlagen der Beobachtung:³⁵⁸

Testgegenstand: die am Markt etablierten Vertriebsunterstützungssysteme für Reisebüros, welche bereits in Kapitel fünf genannt wurden.

Testumfeld: Der Usability Test wurde in 24 Reisebüros, in denen die zu testenden Vertriebsunterstützungssysteme verwendet werden, durchgeführt.

Testpersonen waren insgesamt 66 Reisebüromitarbeiter mit unterschiedlichem Erfahrungsstand.

Testzeitraum: 01. – 26. Oktober 2004

³⁵⁷ Conrady, 2002 / 2003, Folie 48.

³⁵⁸ Vgl. Ray Sono AG / Siemens Business Services, 2004, S. 19 ff.

Aufgabe: Simulation eines Beratungsgesprächs unter Angabe bestimmter Reisevorstellungen.

Mögliche Einschränkungen können zum einen durch Umgebungsbedingungen (z.B. laute Geräuschkulisse, Unterbrechungen durch Anrufe) eintreten. Zum anderen kann ein Beobachtungseffekt entstehen, was bedeutet, dass sich der Expedient unter Beobachtung nicht so verhält, wie in einer normalen Situation.³⁵⁹ In Bezug auf den durchgeführten Usability Test, hätte ein solcher Effekt vor allem dann auftreten können, wenn der Expedient fälschlicherweise im Glauben gewesen wäre, dass seine persönliche Leistung überprüft werden soll. Es wurde deshalb versucht, dem Eintreten eines Beobachtungseffektes durch vorangehende Aufklärung (Briefing der Expedienten) entgegenzuwirken und so für eine offene, durchschaubare Situation zu sorgen.³⁶⁰

Mit Hilfe des Usability Tests sollen die folgenden Kernfragen für jedes System beantwortet und somit die möglichen Schwachpunkte der Systeme erfasst werden. Hierzu wurde eine Art Verkaufssituation simuliert. Dem Expedienten wurden bestimmte Reisevorstellungen und -daten genannt, zu denen er über das System ein Angebot heraussuchen sollte.

³⁵⁹ Vgl. Becker, 1973, S. 40.

³⁶⁰ Vgl. Becker, 1973, S. 41.

Dabei wurde erfasst:

- Hatte der Expedient generell Schwierigkeiten im System zu navigieren, wenn ja, an welcher Stelle traten diese Schwierigkeiten auf. Hierzu zählt auch, ob alle Daten in das System eingegeben werden konnten.
- Wie komfortabel bzw. wie schnell konnte die Eingabe / Selektion der Grunddaten und Reisewünsche im Vertriebsunterstützungssystem erfolgen. Zu diesem Zweck wurde die Zeit gestoppt und notiert, wie lange die Eingabe dauerte, einschließlich der Zeit, die das System benötigte, um die ersten Angebote darzustellen.

Beim Usability Test wurden folgende Hilfsmittel eingesetzt:

Darstellung 81: Grunddaten und Reisevorstellungen

Abreisedatum	27.11.2004
Abreisedatum alternativ	max. 2 Tag später
Aufenthaltsdauer	14 Tage
Aufenthaltsdauer alternativ	12 Tage
Abflughafen	Frankfurt
Abflughafen alternativ	Köln / Düsseldorf
Reiseziel	Fuerteventura
Reiseziele alternativ	Lanzarote / südliches Spanien
Anzahl Erwachsene	2
Anzahl Kinder	2 (Alter 5 und 8)
Anzahl Sterne	4
maximaler Preis gesamt	€ 2.400.-
Zimmerwunsch	Familienzimmer
	Meerblick
Verpflegungsart	Halbpension
Wünsche	Kinderbetreuung bzw. familienfreundlich
	direkte Strandlage

Darstellung 82: Beobachtungsbogen

System:	Reisebüro:	PLZ, Ort:	Datum:
System-Navigation und Schnelligkeit bei der Angebotssuche:			Dauer
Zeitmessung : Dauer Eingabe der Daten einschließlich erfolgter Angebotsdarstellung			
Konnten alle Kundenangaben eingegeben werden?			✓
Abreisedatum			
Abreisedatum alternativ			
Aufenthaltsdauer			
Aufenthaltsdauer alternativ			
Abflughafen			
Abflughafen alternativ			
Reiseziel			
Reiseziele alternativ			
Anzahl Erwachsene			
Anzahl Kinder			
Anzahl Sterne			
maximaler Preis gesamt			
Familienzimmer			
Zimmer mit Meerblick			
Verpflegungswunsch			
Kinderbetreuung bzw. familienfreundlich			
direkte Strandlage			
Beobachtungen allgemein:			

In Bezug auf die Usability wurde außerdem durch die Beobachter selbst mit Hilfe der Demoversionen der Systeme folgendes erfasst:

- Gestaltung der Benutzeroberfläche hinsichtlich Aufbau, Farbgebung und logischer Platzierung von z.B. Buttons. Beachtet wurde, ob die jeweilige Benutzeroberfläche graphisch aufgebaut ist, d.h. mit Pull-down-Menüs für z.B. die Auswahl der Ab- und Zielflughäfen oder ob größtenteils kryptische Eingaben nötig sind.
- Auch der Ausgabebereich wurde betrachtet. Hier wurde beurteilt, wie transparent die Angebotsdarstellung ist. Kann man z.B. auf den ersten Blick erkennen, welches Angebot das preisgünstigste ist? Gibt es im Ausgabebereich komfortable Sortieroptionen und ist der Grad der Wunscherfüllung bei den Angeboten erkennbar?

5.3 Befragung der Expedienten

Nach Abschluss des Usability Tests wurden die Expedienten gebeten, einen Fragebogen auszufüllen, mit dessen Hilfe sie nach ihren Erfahrungen und ihrer Zufriedenheit mit den wichtigsten Systemkomponenten befragt wurden.

Die Befragung ist eindeutig die am weitesten verbreitete Methode der primären Informationsgewinnungsmethode in der Marktforschung. Mittels Befragungen kann sowohl beobachtbares als auch nicht beobachtbares Verhalten erfasst werden.³⁶¹ Die abschließende Expedientenbefragung sollte die Beobachtungen des Usability Tests abrunden und es ermöglichen, weitere Sachverhalte aufzudecken.

Es wurde nachfolgender Fragebogen eingesetzt (Darstellung 83: Expedienten-Fragebogen):

³⁶¹ Vgl. Hüttner, 1999, S. 67.

Fragebogen

Sehr geehrte Reisebüroexpedienten,

im Rahmen einer Projektstudie zum Thema Vertriebsunterstützungssysteme im Auftrag des Deutschen Reisebüro- und Reiseveranstalterverbandes, umgesetzt durch Studenten des Fachbereichs Touristik/Verkehrswesen der Fachhochschule Worms, ist Ihre Meinung gefragt. Wir möchten analysieren, wie zufrieden Expedienten mit den derzeit am Markt existierenden Systemen sind. **Dazu benötigen wir Ihre Hilfe:** Bitte nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit, um uns Ihre Erfahrungen sowie Ihre Zufriedenheit mit dem bei Ihnen eingesetzten Vertriebsunterstützungssystem mitzuteilen. Bitte kreuzen Sie dafür einfach die Antwort an, welche Ihrer Meinung nach am ehesten auf das von Ihnen verwendete System zutrifft.

Bei Fragen nach der Zufriedenheit dient diese Skala zur Orientierung bei der Beantwortung:

sehr zufrieden	=	Note 1
zufrieden	=	Note 2
teilweise zufrieden	=	Note 3
teilweise unzufrieden	=	Note 4
sehr unzufrieden	=	Note 5

1.) Häufigkeit des Einsatzes von **[System]**

Wie oft setzen Sie **[System]** bei Ihrer Verkaufs-/ Beratungstätigkeit ein?

- ☐ sehr oft
- ☐ oft
- ☐ gelegentlich
- ☐ selten
- ☐ nie

2.) Eingabemöglichkeiten

Wie zufrieden sind Sie bei **[System]** mit der Anzahl an Auswahlmöglichkeiten und Eingabevariationen (z.B. Anzahl Sterne, Verpflegungsart, Sportmöglichkeiten usw.), die es ermöglichen, die Angebotsdarstellung den Kundenwünschen entsprechend einzugrenzen?

- ☐ sehr zufrieden
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden

3.) Qualität der durch das System dargestellten Angebote

Wie zufrieden sind Sie mit der **Genauigkeit**, mit der **[System]** den Eingaben entsprechende Angebote findet?

- ☐ sehr zufrieden, die Angebote entsprechen den eingegebenen Wünschen des Kunden
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden, die Angebote entsprechen überhaupt nicht den eingegebenen Kundenwünschen

4.) Systemgeschwindigkeit bei der Angebotsdarstellung

Wie zufrieden sind Sie mit der **Geschwindigkeit**, mit der **[System]** die Angebote darstellt?

- ☐ sehr zufrieden, die Angebote werden sofort nach Eingabe angezeigt
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden, es dauert viel zu lange, bis die Angebote angezeigt werden

5.) Benutzeroberfläche

Ist die Benutzeroberfläche logisch und übersichtlich aufgebaut?
Findet man sich von Anfang an leicht zurecht?
Kann der Eingabeprozess der Kundenwünsche/-daten dadurch schnell und präzise erfolgen?

Wenn Sie sich diese Fragen zu **[System]** stellen – wie zufrieden Sie sind dann mit der Benutzeroberfläche von diesem System?

- ☐ sehr zufrieden
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden

6.) Angebotspreise

Stimmen die von **[System]** angezeigten Preise mit den Katalogpreisen überein?
Bitte geben Sie eine Einschätzung:

- ☐ die angegebenen Preise stimmen **immer** mit dem Katalogpreis überein
- ☐ die angegebenen Preise stimmen **fast immer** mit dem Katalogpreis überein
- ☐ es gibt **des Öfteren Abweichungen** vom Katalogpreis
- ☐ die angegebenen Preise stimmen **eher selten** mit dem Katalogpreis überein
- ☐ die angegebenen Preise stimmen **nie** mit dem Katalogpreis überein

7.) Erlernbarkeit

Wie zufrieden sind Sie mit der Erlernbarkeit von **[System]**?

- ☐ sehr zufrieden, es fiel mir von Anfang an sehr leicht mit dem System zu arbeiten
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden, ich brauchte sehr lange, um mit dem System richtig umgehen zu können

8.) Support: Erreichbarkeit des Systemanbieters und Problembehebung

Wie zufrieden sind Sie mit der Erreichbarkeit und Hilfeleistung seitens des Systemanbieters von **[System]** bei Problemen?

- ☐ sehr zufrieden
- ☐ zufrieden
- ☐ teilweise zufrieden
- ☐ teilweise unzufrieden
- ☐ sehr unzufrieden
- ☐ hatte bisher noch keine Probleme

9.) Vorteile

Welches sind Ihrer Meinung nach die größten Vorteile, die durch die Anwendung von **[System]** entstehen?

10.) Verbesserungsvorschläge

Was könnte besser sein bzw. was vermissen Sie bei der Anwendung von **[System]**?

11.) Zusatzfragen

a) Wie lange arbeiten Sie schon mit **[System]**?

- ☐ 1 - 6 Monate
- ☐ 6 - 12 Monate
- ☐ 12 - 24 Monate
- ☐ über 24 Monate

b) Haben Sie schon mit anderen Vertriebsunterstützungssystemen gearbeitet?
Wenn ja, mit welchen? (Mehrfachnennungen möglich.)

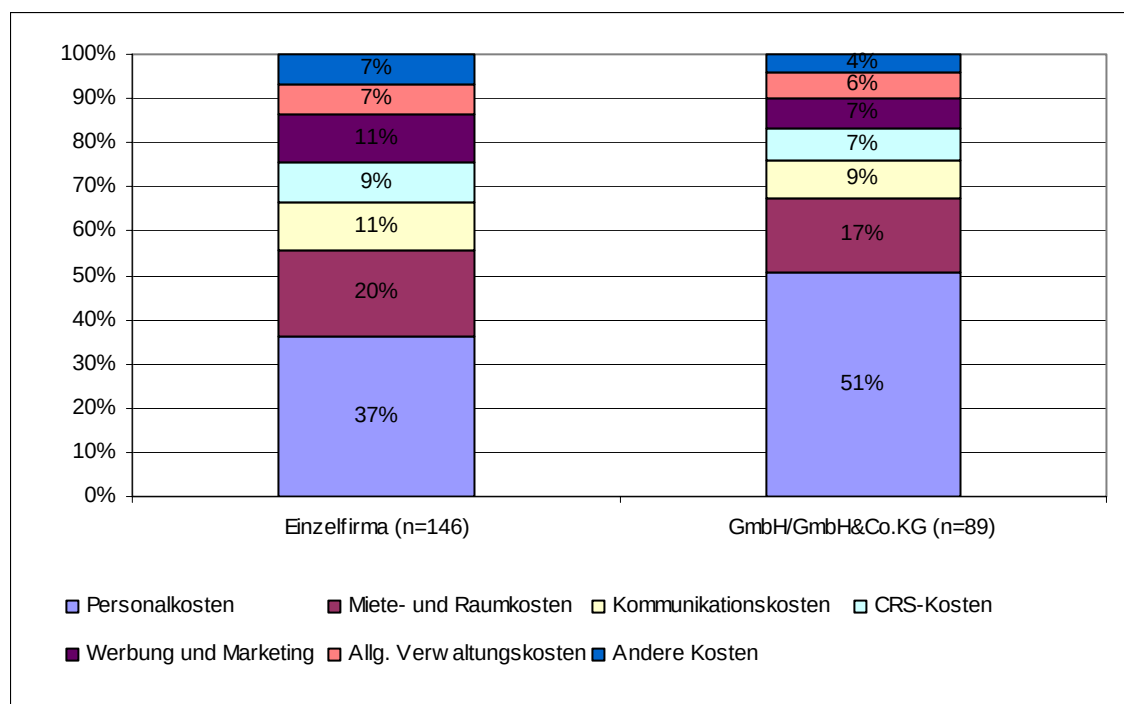
- ☐ Bistro Portal
- ☐ Bistro
- ☐ Destino
- ☐ LMplus
- ☐ merlin Shop
- ☐ TOURmanager Offline
- ☐ TravelFoxx Online
- ☐ TravelFoxx Offline
- ☐ Andere: _____

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

5.4 Erfassung und Gegenüberstellung der anfallenden Kosten für die Systemnutzung

Im Jahr 2002 wurde im Auftrag des DRV ein Reisebüro-Benchmarking durchgeführt. Insgesamt nahmen 235 Reisebüros (146 Einzelfirmen und 89 GmbH/ GmbH & Co. KG) am Vergleich teil. Bei den Einzelfirmen ist der kalkulatorische Unternehmerlohn zu berücksichtigen. Die Untersuchung führte zu folgenden Ergebnissen:³⁶²

Darstellung 84: Anteile der Kostenarten an den Gesamtkosten zum Status 2001



Quelle: DRV Reisebüro-Benchmarking, 2002, S. 10.

Wie die Graphik veranschaulicht, stellen die Personalkosten in einem Reisebüro sowohl bei den Einzelfirmen (37%) als auch bei den GmbH/ GmbH & Co. KG (51%), den größten Kostenblock dar. Miet- und Raumkosten stellen bei beiden Unternehmensformen mit jeweils 20% bzw. 17% den zweitgrößten Kostenanteil dar. Bereits an dritter Stelle befinden sich die Kommunikations- und CRS-Kosten. Fasst man die beiden Kostenarten zusammen,

³⁶² Vgl. DRV Reisebüro-Benchmarking, 2002, S. 10-11.

stellen diese bei den Einzelfirmen insgesamt 20% und bei den GmbH/ GmbH & Co. KGs insgesamt 16% der Gesamtkosten dar.³⁶³

Die Erfassung der Kosten, welche durch den Einsatz von Vertriebsunterstützungssystemen anfallen, wurde durch eine Befragung, der Reisebüroleiter der 24 besuchten Reisebüros, angestrebt. Dabei wurde der hier aufgeführte Fragebogen eingesetzt. Zusätzlich wurden Informationen direkt von den Systemanbietern eingeholt.

Kosten-Fragebogen

Sehr geehrte Reisebüroleitung,

mit diesem Fragebogen möchten wir einen Überblick über die Kosten erhalten, welche durch den Einsatz von Vertriebsunterstützungssystemen entstehen. Wir bitten Sie deshalb uns die folgenden Fragen zu beantworten:

1) Lizenzgebühren

War für die Inanspruchnahme von **[System]** eine einmalige Lizenzgebühr zu entrichten? Wenn ja, in welcher Höhe?

2) Installationskosten

Wie hoch waren ca. die Kosten, die anfielen, um das System auf den Terminals Ihres Reisebüros zu installieren?

3) Laufende Kosten

Wie hoch sind die monatlichen Kosten / Gebühren pro Terminal für die Nutzung von **[System]**.

4) CRS-Kosten

An welches CRS sind Sie angeschlossen und wie hoch sind die monatlichen Gebühren dafür?

³⁶³ Vgl. DRV Reisebüro-Benchmarking, 2002, S. 10.

5) Internetgebühren

Welchen Internetanschluss nutzen Sie und wie hoch sind die monatlich anfallenden Kosten dafür?

6) Schulungskosten

Fielen für Ihre Mitarbeiter Schulungskosten für die Erlernung von **[System]** an? Wenn ja, in welcher Höhe pro Person und wie viele Ihrer Mitarbeiter nahmen an einer Schulung teil?

7) Reisekosten für Schulungen

Wie hoch waren ca. die Reisekosten zum Schulungsort?

8) Opportunitätskosten

Wenn ein Mitarbeiter durch einen Schultag ausfällt, wie hoch sind dann ungefähr die Kosten, die durch seinen Ausfall entstehen?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Darstellung 85: Kosten-Fragebogen

Die nachfolgende Tabelle soll einen Überblick über die mögliche Preisgestaltung für Softwarenutzung geben:

Darstellung 86: Software-Preisgestaltungsmöglichkeiten

Lizenzgebühren ³⁶⁴	Einrichtungs- / Installationskosten ³⁶⁵	Flatrate ³⁶⁶	Internet Provider Kosten ³⁶⁷
➤ Stellen zu zahlende Entgelte für die Verwertung insbesondere von Lizenzen und Patenten aus einem Lizenzvertrag dar ➤ Keine allgemeingültigen Richtlinien bzw. Grundsätze für die Bemessung von Lizenzgebühren vorhanden ➤ Mögliche Bemessungen: z.B. am Umsatz bzw. Absatz orientiert, in Jahresstaffeln und mit garantiertem Mindestbetrag oder als einmalige zu zahlende Pauschallizenz ➤ Mögliche Lizenzarten: z.B. Lizenzen für Einzelplätze, Lizenzen für Versionen, bei denen Updates neu gekauft werden müssen oder Lizenzen auf Zeit, bei denen die Updates kostenlos enthalten sind	➤ Kosten bzw. Aufwendungen für eine Erweiterung bzw. Ingangsetzung eines Geschäftsbetriebes bzw. -bereiches	➤ Meist monatlicher Pauschalpreis, der alle Traffic- und Zugangskosten für das Internet abdeckt ➤ Echte Flatrate: umfasst die Provider-Kosten inklusive alle verschickten und empfangenen Datenmengen sowie die Telefonkosten einschließlich der Einwahl- und Verbindungskosten ins Internet unabhängig von der Dauer ➤ Unechte Flatrate: umfasst nur Provider Kosten (Telefonkosten nicht inbegriffen)	➤ Internet Provider bzw. Internet Service Provider (ISP) stellen den Zugang zum Internet bereit. Technische Anbindungen können beispielsweise über Telefon, ISDN, Kabelnetz oder Funknetz erfolgen.³⁶⁸ Kosten und Gebühren zur Nutzung von Internet Provider-Diensten, welche entweder pauschal für einen festen, meist monatlichen Zeitraum (Flatrate) oder minutengenau berechnet werden

Quelle: Eigene Darstellung.

³⁶⁴ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon L-SO, 1992, S. 2123 - 2124.

³⁶⁵ Vgl. Gabler Wirtschaftslexikon A-E, 1992, S. 925.

³⁶⁶ Vgl. Wirtz, 2002, S. 69.

³⁶⁷ Vgl. Wirtz, 2002, S. 108.

³⁶⁸ Vgl. Computerwelt, 2004, o.S.

6 AUSWERTUNGEN UND ERGEBNISSE DER PROJEKTSTUDIE

Die Auswertung der Ergebnisse erfolgte unter Einsatz des folgenden Scoring-Modells:

Kategorie / Kriterien	Gewichtung Kategorie	Gewichtung Kriterium	10	8	6	4	2	Kriterien gewichtet	Kategorie gewichtet
Systemeigenschaften	30%	100%						0	0
Datenmenge		40%							
Veranstalteranzahl		30%							
Schnittstellen		30%							
Funktionen	20%	100%						0	0
Vertriebssteuerung		30%							
Möglichkeit der gleichzeitigen Vakanzprüfung mehrerer Angebote		20%							
Informationsangebot, Wissensdatenbank		30%							
Druck- und Versendungsfunktionen		20%							
Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche	20%	100%						0	0
Reisearten		35%							
Grunddaten		30%							
Kundenwünsche		35%							
Usability	30%	100%						0	0
Gestaltung Benutzeroberfläche		30%							
Bedienungsfreundlichkeit in Bezug auf Dateneingabe		40%							
Gestaltung Ausgabebereich		30%							
Ergebnis	100%								0

Darstellung 87: Scoring-Modell

In erster Linie werden Scoring-Modelle (oder Punktbewertungsmodelle) dazu verwendet, um Produktideen zu bewerten. Dies soll die Entscheidungsfindung bei der Auswahl von Neuproduktideen fördern.³⁶⁹ Das Grundkonzept der Bewertung wurde auf den hier vorliegenden Untersuchungsgegenstand übertragen.

Hierzu wurden die erfassten Kriterien entsprechend ihrer Bedeutung gewichtet und zu vier Hauptfaktoren (Systemeigenschaften, Funktionen, Eingabemöglichkeiten und Usability) zusammengefasst. Diese Kategorien wurden nochmals gewichtet und zu einem Gesamtpunktwert verdichtet.³⁷⁰ Bei der Bewertung konnten pro Kriterium maximal zehn Punkte erreicht werden.

Die Informationen, die in diesem Scoring-Modell verarbeitet wurden, stammen in erster Linie aus dem erstellten Kriterienkatalog sowie den Beobachtungen im Usability Test. Des Weiteren wurden die Ergebnisse der Expedientenbefragung und persönliche Erfahrungen mit den Systemen einbezogen.

Nachfolgend werden die einzelnen Ergebnisse, welche Bestandteil der Bewertung sind, dargelegt.

6.1 Ergebnisse Systemeigenschaften, Funktionen und Eingabemöglichkeiten

Die folgende Darstellung stellt die erfassten Kriterien mittels Katalog dar.

Bereich A: Systemeigenschaften

Bereich B: Funktionen

Bereich C: Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche

³⁶⁹ Vgl. Meffert, 2000, S. 398-399.

³⁷⁰ Vgl. Meffert, 2000, S. 398-399.

Darstellung 88: Kriterienkatalog

A) Systemeigenschaften	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
gesamte Datenmenge	1,2 Mrd. + INFX	Datenbezug von IFF + INFX-Daten	ca. 20 Mio. (ausschließlich INFX + SLR)	Datenbezug von IFF + INFX-Daten	1 Mrd. + INFX	250 Mio. inkl. INFX
Anzahl Reiseveranstalter	47	42	44	ca.42	ca.200	40
TUI-Daten	✓				✓	
Schnittstellen	Merlin Office, Merlin Web, Start Comfort, Start Webclient, Amadeus Vista	Amadeus Vista, Amadeus Comfort	Start Comfort, Start Webclient, Amadeus Vista, Merlin 4.x, Merlin X2, Bum@	MySabre+merlin, MySabre+merlin Single, MySabre+merlin Intranet	Amadeus Vista, Start Comfort, MySabre+merlin, Merlin 4.x	Start Comfort, Start Webclient, Start ISDN, Merlin, Merlin X, TBM
GIATA-Schnittstelle	✓	✓	✓	✓	✓	✓
B) Funktionen	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Vertriebssteuerungsmöglichkeit	✓ (weiche und harte Steuerung mögl.)	✓	✓	✓ (nur im Kurzfristbereich)	✓	✓
Verfügbarkeitsüberprüfung von gleichzeitig mehreren Angeboten möglich		✓ (bis zu 10 Angebote gleichzeitig)		✓ (Anzahl nach Selektion)	✓	
Informationsangebot	✓ (sehr umfangreich)		✓ (Links zu SLR und anderen Veranstaltern)		✓ (Hotelattribute)	✓ (Abflughafeninfos)
Wissensdatenbank	✓					
Angebots-Druck aus System	✓		✓	✓	✓	
Angebots-E-Mail aus System	✓					✓
Schaufensteraushang erstellen	✓		✓	✓		
Angebots-Export in Textverarbeitungsprogramm			✓		✓	

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Reisearten	BistroPortal	Destino	LMplus	Merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Pauschalreisen	✓	✓		✓	✓	✓
Last-Minute-Reisen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Glücksreisen		✓			✓	
Kreuzfahrtreisen					✓ (auch Last-Minute)	
Charterflug einzel	✓	(in Planung)		✓		✓
Charterflug einzel Last-Minute	✓		✓	✓	✓	
Unterkunft einzeln	✓	(in Planung)	✓	✓ (Kurzfrist)	✓	✓
Rundreisen					✓	
Fly&Drive					✓ (Kurzfrist)	
Mietwagen einzeln			✓ (Sunnycars, Holiday Autos)	✓ (Sunnycars, Holiday Autos)		
Autoanreise (eigene Anreise)					✓	✓

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Grunddaten	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Abreisedatum	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Abreisedatum alternativ	✓	✓	✓	✓ (+/- 3 Tage)	✓ (+/- 3 Tage)	✓
Aufenthaltsdauer	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Aufenthaltsdauer alternativ	✓	✓	✓			✓
Abflughafen (3-Letter-Code)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Abflughafen (ausgeschrieben)		✓			✓ (aus Pull-down-Menü)	
Abflughafen (PLZ-Eingabe)	✓					
Abflughafen (Region)			✓			✓
Abflughafen offen	✓	✓		✓		✓
Abflughafen alternativ	✓	✓ (bis zu 2)	✓	✓ (unbegrenzt)	✓ (bis zu 2)	✓ (durch Auswahl einer Region)
bestimmtes Reiseziel	✓	✓		✓	✓	
Reiseziel alternativ	✓	✓ (bis zu 2)		✓		
Reiseziel offen	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Zielregion	✓ (bei "Nur-Hotel")	✓				✓
alle Nahziele					✓	
alle Fernziele					✓	

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Grunddaten (Fortsetzung)	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
gewünschte Flugdauer				✓ (nur bei Kurzfrist)		
Anzahl Erwachsene	✓ (bis zu 4 Personen)	✓ (bis zu 6 Personen insgesamt)	✓ (bis zu 4 Personen)	✓ (bis zu 5 Personen)	✓ (bis zu 6 Personen)	✓ (bis zu 8 Personen)
Anzahl Kinder	✓ (bis zu 4 Kinder)	✓ (bis zu 6 Personen insgesamt)	✓ (bis zu 2 Kinder)	✓ (bis zu 3 Kinder)	✓ (bis zu 3 Kinder)	✓ (bis zu 3 Kinder)
Haustiere						
Anzahl Sterne	✓	✓	✓	✓	✓	✓
maximaler Preis (pro Person)	✓		✓	✓	✓	✓
spezielles Hotel (nach Name)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
spezielles Hotel Namensfragment	✓	✓	✓	✓	✓	✓
spezieller Veranstalter	✓		✓	✓	✓	✓
Ausschluss spezieller Veranstalter				✓		
spezielle Hotelgruppe		✓	✓		✓	
spezieller Ferienort		✓	✓	✓		✓
Buchungscode	✓		✓			✓
Unterbringungscode			✓			✓
GIATA-ID			✓			✓

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Kundenwünsche	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Unterkunft						
Einzelzimmer	✓	✓	✓	✓	✓	✓
halbes Doppelzimmer				✓		
Doppelzimmer	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Familienzimmer	✓		✓	✓		✓
separates Schlafzimmer		✓				
Mehrbettzimmer				✓		✓
Drei-Bett-Zimmer				✓		
Suite	✓	✓		✓	✓	✓
Superior				✓		
Appartement	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bungalow	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Studio	✓	✓	✓	✓		✓
Ferienhaus/-wohnung				✓		✓
Villa				✓		
Kabine				✓		
Single / Kind				✓		

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Kundenwünsche (Fortsetzung)	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Zimmerattribute						
Zimmer mit Meerblick		✓			✓	✓
Zimmer mit seitlichem Meerblick						✓
Zimmer mit Balkon		✓			✓	
privater Pool		✓				
Kochgelegenheit		✓			✓	
Kühlschrank		✓			✓	
Bad / Dusche		✓				
Fön		✓				
Fernseher		✓				
Telefon		✓				
Minibar		✓				
Klimaanlage		✓				
Heizung		✓				
Verpflegung						
ohne Verpflegung		✓	✓	✓	✓	✓
egal	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Frühstück		✓	✓	✓		✓
ab Frühstück	✓		✓		✓	✓
Halbpension		✓	✓	✓		✓
ab Halbpension	✓		✓		✓	✓
Vollpension		✓	✓	✓		✓
ab Vollpension	✓		✓		✓	✓
All Inklusive	✓	✓	✓	✓	✓	✓

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Kundenwünsche (Fortsetzung)	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Zusatzinfos Hotel						
Select-Hotel		✓			✓	
Club-Hotel		✓	✓	✓	✓	
Designer Hotel					✓	
Finca / Landhotel					✓	
Flair / Romantik Hotel		✓			✓	
Animation		✓	✓	✓	✓	
Kinderbetreuung / speziell für Kinder / familienfreundlich	✓	✓	✓	✓	✓	
behindertengerecht						
Gartenanlage	✓			✓		
Arztservice	✓					
Sandstrand				✓		
Direkte Strandlage	✓			✓	✓	
Ortslagebestimmung		✓	✓	✓	✓	
Diskotheek		✓		✓	✓	
Ausflugsangebot				✓		
Kochkurs					✓	
Pool	✓	✓		✓	✓	
Hallenbad	✓	✓		✓	✓	
Swimming Pool beheizbar				✓	✓	
Swimming Pool Süßwasser					✓	
Sauna	✓	✓			✓	
Dampfbad	✓	✓			✓	

C) Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche						
Kundenwünsche (Fortsetzung)	BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
Sportangebot						
Sportangebot allgemein	✓					
Wellness-Einrichtungen	✓	✓			✓	
Fitness	✓	✓		✓	✓	
Tennisanlage	✓	✓		✓	✓	
Squashanlage	✓	✓			✓	
Golfanlage	✓			✓	✓	
Reitmöglichkeit	✓	✓		✓	✓	
Fahrrad- / Mountainbikeverleih	✓	✓			✓	
Jetski					✓	
Segeln	✓	✓			✓	
Surfen	✓					
Wasserski	✓	✓			✓	
Windsurfen		✓			✓	
Tauchmöglichkeit	✓	✓			✓	
Ballspiele	✓	✓				
Kegeln					✓	
Tischtennis					✓	
Wandern	✓					
Eingabemöglichkeit Wellness-Attribute	✓ (umfassende Auswahlmöglichkeiten zu den Bereichen Spa, Beauty, Fitness, Gesundheit und Relax)				✓ (Ayurveda, Massage, Thalasso, Wellness)	

6.2 Ergebnisse des Usability Tests

Die Durchführung des Usability Tests führte zu folgenden Erkenntnissen:

BistroPortal

Von den Expedienten konnten folgende Daten nicht eingegeben werden: alternative Aufenthaltsdauer, alternatives Reiseziel, Familienzimmer, Meerblick sowie der maximaler Gesamtpreis. Die Alternativen hätten demnach in einem „echten“ Beratungsgespräch gesondert abgefragt werden müssen.

Wurde ein Angebot in das CRS übernommen, kam es gelegentlich vor, dass die Zimmerbelegung bei vier Personen nicht richtig übernommen wurde. Die entsprechenden Eingaben mussten hier erneut gemacht oder berichtigt werden. (Nach Aussagen eines Expedienten ist dies in der Regel abhängig vom Reiseveranstalter. So sind z.B. die Angebote von 1-2-Fly häufig falsch codiert.)

Oftmals kam es vor, dass im Eingabebereich Daten abgeändert wurden, der Expedient dann erneut auf „Suchen“ klickte, sich aber die angezeigten Daten nicht veränderten. Die Expedienten kannten demnach nicht die Funktion des „Aktualisieren“-Buttons.

Destino

Hier konnten folgende Angaben nicht gemacht werden: maximaler Gesamtpreis, Familienzimmer und Meerblick.

Auffallend war, dass sich viele Expedienten aufgrund der unterschiedlichen Masken in Destino regelrecht „verliefen“. Wurde eine Eingabe vergessen, kam es vor, dass zunächst mehrere Masken durchgeklickt wurden, bis diejenige gefunden war, auf der die entsprechende Eingabe gemacht werden konnte.

Des Weiteren kam es vor, dass es den Expedienten teilweise nicht klar war, wie sie wieder in das System zurückfinden, wenn eine Hotelbeschreibung angeklickt worden war. Zielloses „Herumklicken“ war die Folge.

Da kein Familienzimmer selektiert werden konnte, ergab sich eine ähnliche Situation wie bei BistroPortal. Dargestellt wurden z.B. Angebote mit

Doppelzimmern und Zustellbetten, im CRS musste dann anschließend über die Aktion „H“ (Hotel) gesondert nach einem Familienzimmer gesucht werden.

LMplus

Hier konnte kein konkretes Reiseziel bzw. alternative Reiseziele eingegeben werden. Dies beeinträchtigt allerdings nicht die Arbeit der Expedienten, da sofort alle Destinationen angezeigt werden und der Expedient lediglich das gewünschte Reiseland selektieren muss.

Die Preise pro Kind waren hier ebenfalls nicht erkennbar. Auch bei LMplus gab es demnach des Öfteren Schwierigkeiten mit falschen Codierungen, wenn ein Angebot in das CRS übernommen wurde.

Generell wurden sonst keine negativen Beobachtungen gemacht. Die durchschnittlich kürzeste Eingabezeit von 54 Sekunden unterstreicht das gute Ergebnis von LMplus in diesem Teil der Untersuchung.

merlin Shop

Hier konnten folgende Angaben nicht gemacht werden: alternative Aufenthaltsdauer, maximaler Gesamtpreis und Meerblick.

Besonders auffallend war die umständliche Eingabe von alternativen Ab- und Zielflughäfen.

Wurde eine neue Suchanfrage für beispielsweise eine andere Destination gestartet, erforderte dies, dass die Hotelergebnisliste der alten Anfrage manuell gelöscht werden musste.

Positiv ist die getrennte Darstellung von Erwachsenen- und Kinderpreisen sowie des Gesamtpreises zu bewerten.

TOURmanager

Bei TOURmanager konnten keine alternativen Reiseziele angegeben werden. Ebenso waren die Selektion eines Familienzimmers und die Eingabe eines maximalen Gesamtpreises nicht möglich.

Zu beobachten war, dass der „Finden“-Button häufig gesucht wurde. Dies ist auf die nicht logische Platzierung in der Mitte der Eingabemaske zurückzuführen. Eine Platzierung am äußeren, rechten Rand wäre sinnvoller.

Außerdem fiel es vielen Expedienten in diesem System schwer, durchgängig mit der Tab-Taste zu arbeiten, d.h. komfortabel von einem Feld zum nächsten zu springen. Die Eingabemaske erfordert daher viel Arbeit mit der Maus, indem die Eingabefelder separat angeklickt werden müssen.

Nachdem über den Button „Finden“ die Angebotssuche gestartet wurde und ein Zielgebiet aus dem Ausgabebereich „Reiseziel“ selektiert wurde, ist ein weiterer Klick auf den Button „Hotels suchen“ nötig, was von den meisten Expedienten zunächst übersehen wurde. Fraglich ist, ob die Suche nicht bereits beim Klick auf das Zielgebiet gestartet werden sollte.

TravelFoxy

Nicht selektiert werden konnten das Reiseziel bzw. alternative Reiseziele (allerdings liegt bei TravelFoxy die gleiche Funktionsweise in Bezug auf die Reisezieleingabe vor, wie bei LMplus, es entsteht folglich kein echter Nachteil). Des Weiteren konnten die Attribute „familienfreundlich“ und „direkte Strandlage“ nicht angegeben werden.

Zu beobachten war, dass die Selektion der Zimmerart über ein Pull-down-Menü erfolgte, in welchem selektierbare Attribute ausschließlich in Form von Abkürzungen hinterlegt sind, was die Auswahl geringfügig verzögerte. Außerdem konnte in diesem Menü entweder „FZ“ für Familienzimmer oder „MB“ für Meerblick ausgewählt werden, nicht beides gleichzeitig, wie es für die Suchanfrage erforderlich gewesen wäre.

Die Ergebnisse der zusätzlichen Bewertung der Usability durch die Beobachter stellt die nachfolgende Übersicht dar:

Darstellung 89: Bewertung der Usability						
	BistroPortal	LMplus	Destino	merlin Shop	TravelFoxx	TOURmanager
Gestaltung Benutzeroberfläche (Übersichtlichkeit Aufbau, Farbgebung, Anordnung der Buttons)	Gute Übersichtlichkeit, relativ neutrale Farbgestaltung. Buttons usw. könnten farblich und graphisch besser abgehoben werden – Button „Karte“ fällt z.B. kaum auf.	Im Allgemeinen gute Übersichtlichkeit. Graphisch könnte das ganze moderner gestaltet sein.	Übersichtlichkeit lässt wegen vieler Reiter zu wünschen übrig, aber Farbgebung und graphische Gestaltung ansprechend. Anordnung der Buttons ist logisch.	Gute Übersichtlichkeit, relativ neutrale Farbgestaltung. Buttons usw. könnten farblich und graphisch besser abgehoben werden.	Übersichtlichkeit in Ordnung, allerdings wirkt Maske etwas überladen. Bezeichnungen der Eingabefelder mit Abkürzungen erschweren Orientierung.	Generell gute Übersichtlichkeit, relativ neutrale Farbgestaltung. Buttons usw. könnten farblich und graphisch besser abgehoben werden. Unlogische Positionierung des „Finden“-Buttons.
Bedienungsfreundlichkeit in Bezug auf Dateneingabe	Dateneingabe kann schnell und komfortabel erfolgen. Pop-ups „zusätzliche Hotel- und Wellness-Attribute“ ansprechend und übersichtlich gestaltet.	Leichte Eingabe mehrerer Abflughäfen, Vorreiter bei Schnelligkeit in Bezug auf Dateneingabe und Angebotsanzeige.	Benutzeroberfläche durch viele Reiter unübersichtlich und verwirrend, Eingabe dauert entsprechend lange. Geburtsdatum der Kinder muss anstatt des Alter eingegeben werden – zeitintensiv.	Dateneingabe kann schnell und komfortabel erfolgen. Geburtsdatum der Kinder muss anstatt des Alters eingegeben werden – zeitintensiv. Umständliche Eingabe alternativer Zielflughäfen bei Verwendung von 3-Letter-Codes.	Trotz Defizite bei graphischer Gestaltung kann Dateneingabe relativ schnell erfolgen.	Dateneingabe kann relativ schnell erfolgen, allerdings viel „Tastatur-Maus-Arbeit“. Auswahl von Hotelattributen über „Wünsche“ übersichtlich gestaltet.
Gestaltung des Ausgabebereich (Übersichtlichkeit, Sortierungsfunktionen, Wunscherfüllungsgradanzeige)	Ausgabebereiche teilweise zu klein und unübersichtlich, Wunscherfüllungsgradanzeige, und Sortierfunktion vorhanden.	Ausgabebereich 3 zu klein und kann auch nicht vergrößert werden, dadurch sehr unübersichtlich. Keine Wunscherfüllungsgradanzeige. Sortierfunktion vorhanden.	Gestaltung Ausgabebereich sehr übersichtlich und gut lesbar, da als Vollbild angezeigt. Sortierfunktion und Wunscherfüllungsgradanzeige vorhanden.	Ausgabebereich übersichtlich. Sortierfunktion aber keine Wunscherfüllungsgradanzeige.	Übersichtlichkeit leicht verbesserungswürdig. Sortierfunktion vorhanden. Keine Wunscherfüllungsgradanzeige vorhanden.	Übersichtlichkeit gut. Sortierung möglich. Keine Wunscherfüllungsgradanzeige vorhanden.

Beim Usability Test wurde ebenfalls die Zeit gemessen, welche erforderlich war, um die entsprechenden Eingaben zu machen, einschließlich der Zeit, bis die Angebote dargestellt wurden. (Die Dauer bis die Angebote dargestellt wurden gesondert zu messen, wäre aufgrund der Schnelligkeit wenig sinnvoll gewesen.) Es ergaben sich folgende Durchschnittswerte:

BistroPortal	Destino	LMplus	merlin Shop	TOURmanager	TravelFoxx
01:17	2:46	00:54	01:57	01:44	01:54

Wie bereits erwähnt, konnte die Eingabe der Daten bei LMplus am schnellsten erfolgen, gefolgt von BistroPortal. Im Mittelfeld liegen merlin Shop, TOURmanager und TravelFoxx, während bei Destino durchschnittlich am meisten Zeit für die Eingabe aufgewendet werden musste.

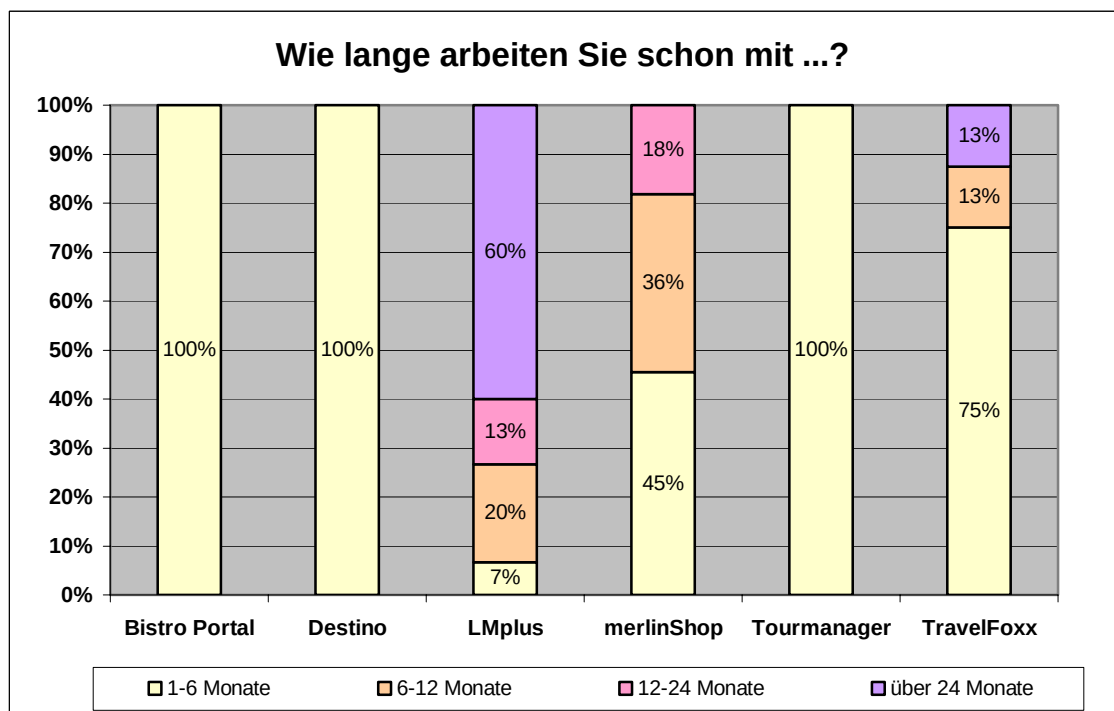
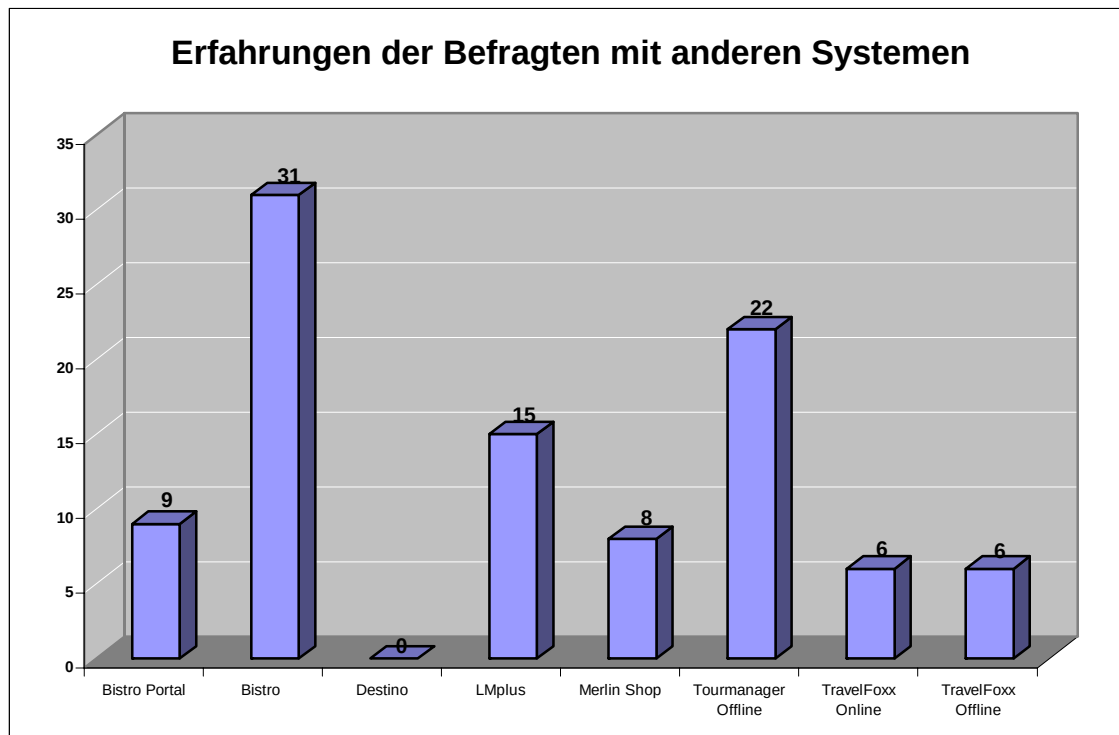
6.3 Ergebnisse der Expedienten-Befragung

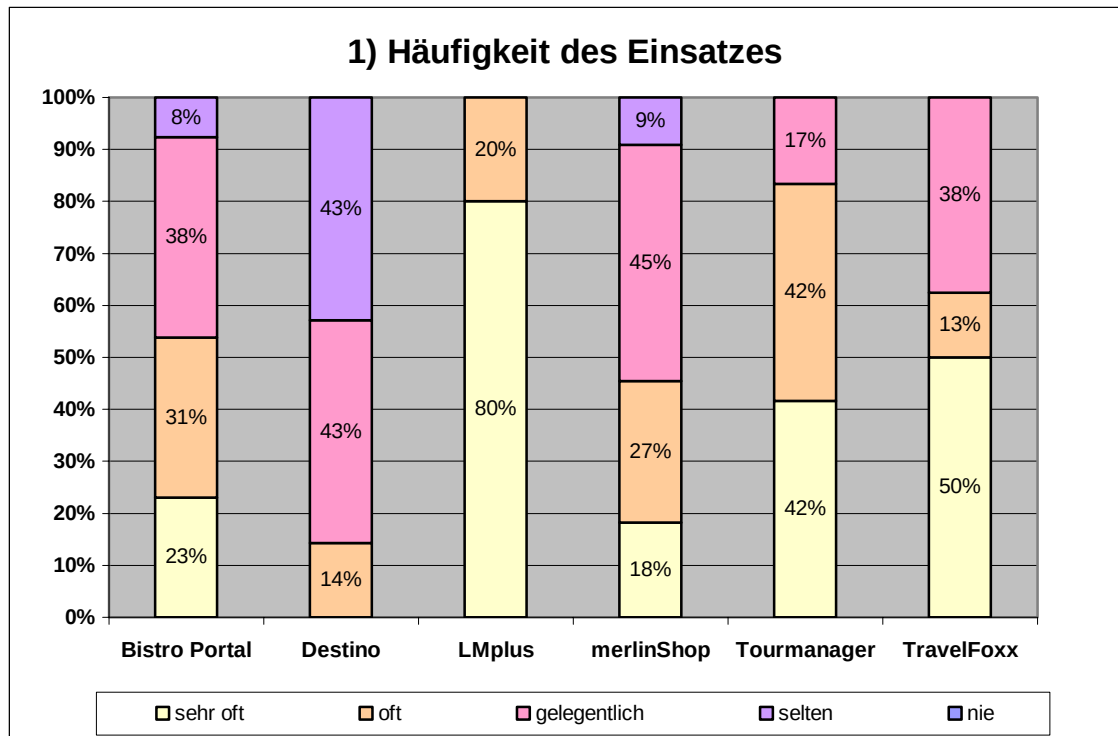
Ergänzend zum Usability Test wurden die Reisebüromitarbeiter zu ihren Erfahrungen und ihrer Zufriedenheit befragt. Von den insgesamt 66 Befragten gaben 71% an, bereits auch mit einem oder mehreren anderen Vertriebsunterstützungssystemen gearbeitet zu haben (Einzelheiten hierzu siehe entsprechende Graphik auf Seite 180).

Aufgrund der unterschiedlich langen Einsatzdauer der Systeme ergeben sich hinsichtlich der Bewertung durch die Expedienten einige Einschränkungen: Dies betrifft in erster Linie TOURmanager Online. Da dieses System erst im Oktober 2004 eingeführt wurde, kann man generell nicht davon ausgehen, dass die befragten Expedienten bereits große Erfahrungen mit TOURmanager Online zum Zeitpunkt der Befragung hatten. Auch Destino und BistroPortal wurden erst seit kurzer Zeit in den Büros eingesetzt, während LMplus das mit Abstand am längsten verwendete System ist (siehe entsprechende Graphik auf Seite 180). Des Weiteren liegt die Anzahl der Befragten zu Destino und TravelFoxx mit sieben bzw. acht Expedienten unter denen der anderen Systeme, zu welchen durchschnittlich ca. 13 Expedienten pro System befragt werden konnten.

Trotzdem wurde versucht die Ergebnisse der Befragung auf den folgenden Seiten gegenüberzustellen.

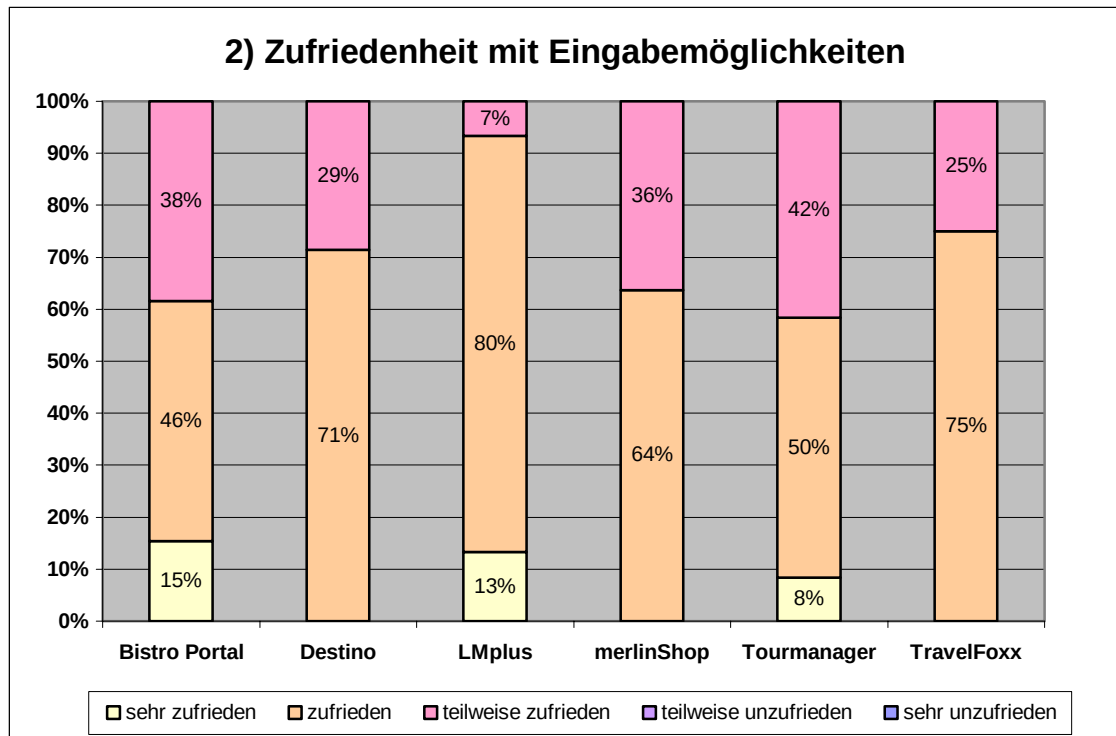
Darstellung 90: Ergebnisse der Befragung





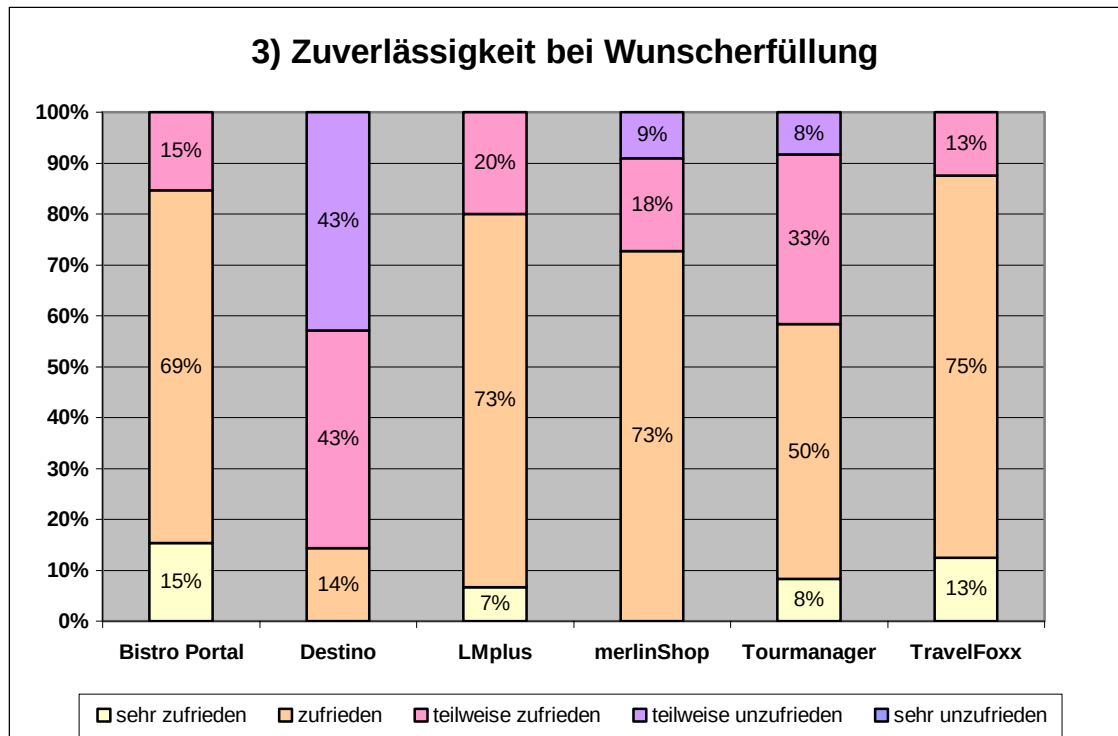
1) Häufigkeit des Einsatzes:

Auf die Frage, wie oft das jeweilige System bei der Beratungstätigkeit eingesetzt wird, antworteten die zu LMplus befragten Expedienten am häufigsten mit „sehr oft“ (80%). An zweiter Stelle liegt TravelFoxx mit 50% gefolgt von TOURmanager, hier setzen 42% der Expedienten das System sehr oft ein. Bei BistroPortal antwortete ebenfalls die Mehrheit mit „sehr oft“ oder „oft“, während die Nutzer von merlin Shop das System mehrheitlich gelegentlich bzw. selten einsetzen. Weniger erfolgreich schnitt Destino ab. Dieses System wird nur von 14% der Befragten „oft“ eingesetzt, 43% nutzen das System nur gelegentlich, während weitere 43% selten mit Destino arbeiten.



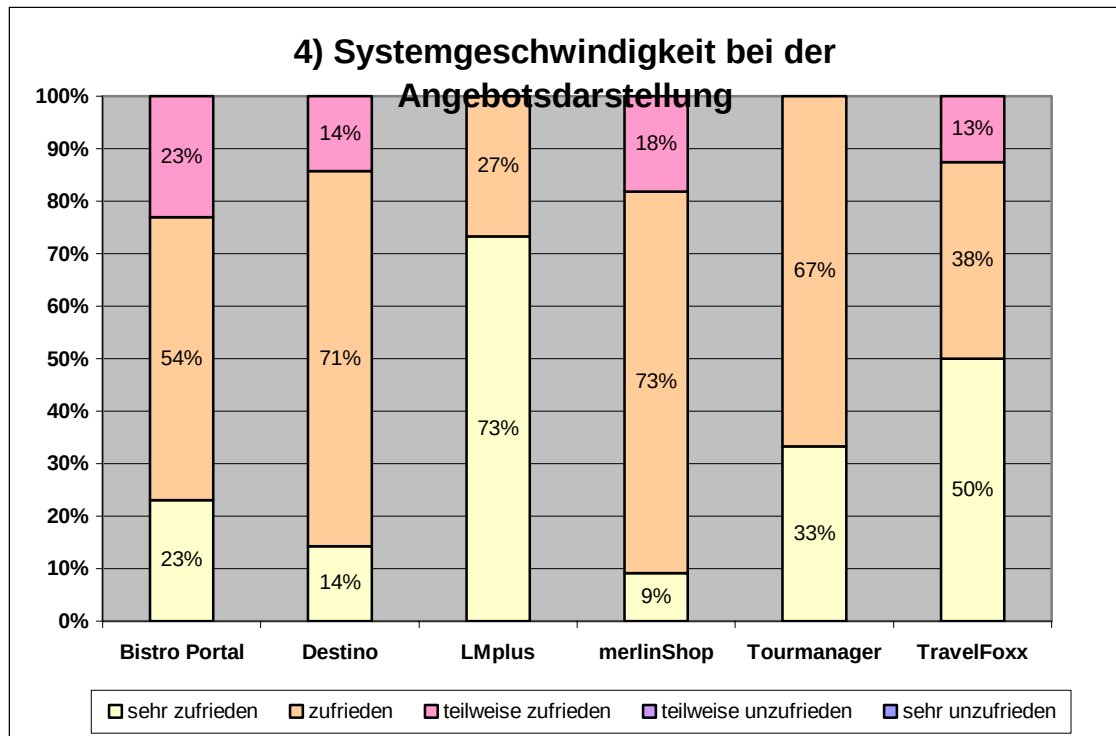
2) Zufriedenheit mit den Eingabemöglichkeiten:

Bezüglich der Zufriedenheit mit den Eingabemöglichkeiten, welche es ermöglichen, die Angebotsdarstellung den Kundenvorstellungen gemäß einzuschränken, lässt sich sagen, dass hier alle Systeme von den Expedienten relativ gut bewertet wurden. Davon insgesamt am besten bewertet wurde LMplus.



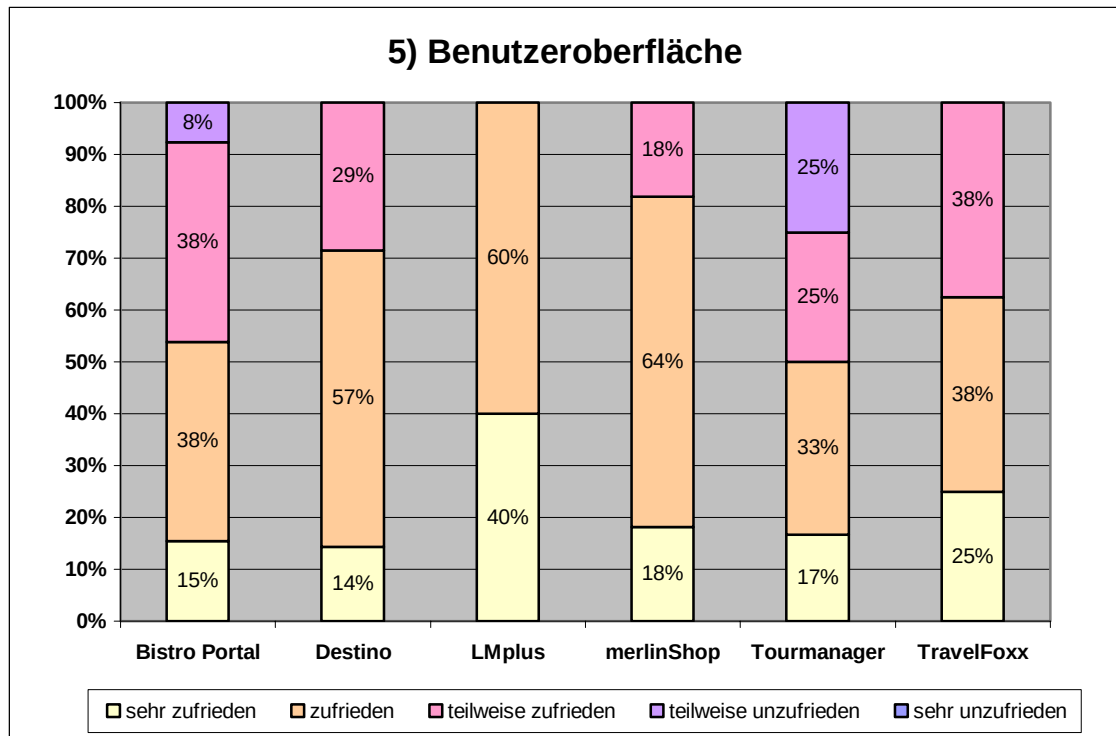
3) Zuverlässigkeit bei der Wunscherfüllung:

Die dritte Frage zielte darauf ab zu erfragen, ob die Angebotsdarstellung den eingebenden Kundenwünschen entspricht. Auch hier zeigte sich die Mehrheit der Befragten mit dem jeweiligen System zufrieden. Weniger zufrieden zeigten sich die Expedienten in diesem Punkt mit Destino.



4) Systemgeschwindigkeit bei der Angebotsdarstellung:

Die Geschwindigkeit bezüglich der Angebotsdarstellung bewerteten die Expedienten im Allgemeinen mit zufrieden stellend. LMplus wurde hier erneut am besten bewertet, 73% der Befragten gaben an, diesbezüglich sehr zufrieden zu sein.

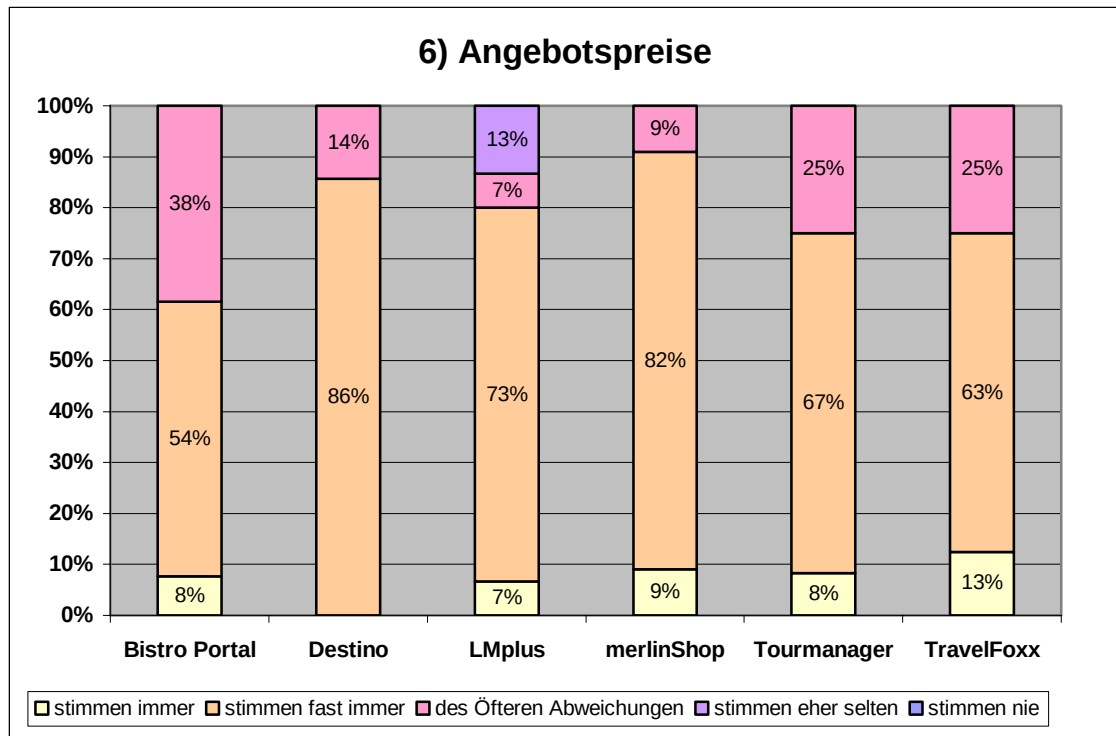


5) Benutzeroberfläche:

Auch bei der Frage nach der Zufriedenheit mit der Gestaltung der Benutzeroberfläche schnitt LMplus erneut am besten ab: 40% der Befragten sind mit der Benutzeroberfläche sehr zufrieden, während die restlichen 60% angaben „zufrieden“ zu sein.

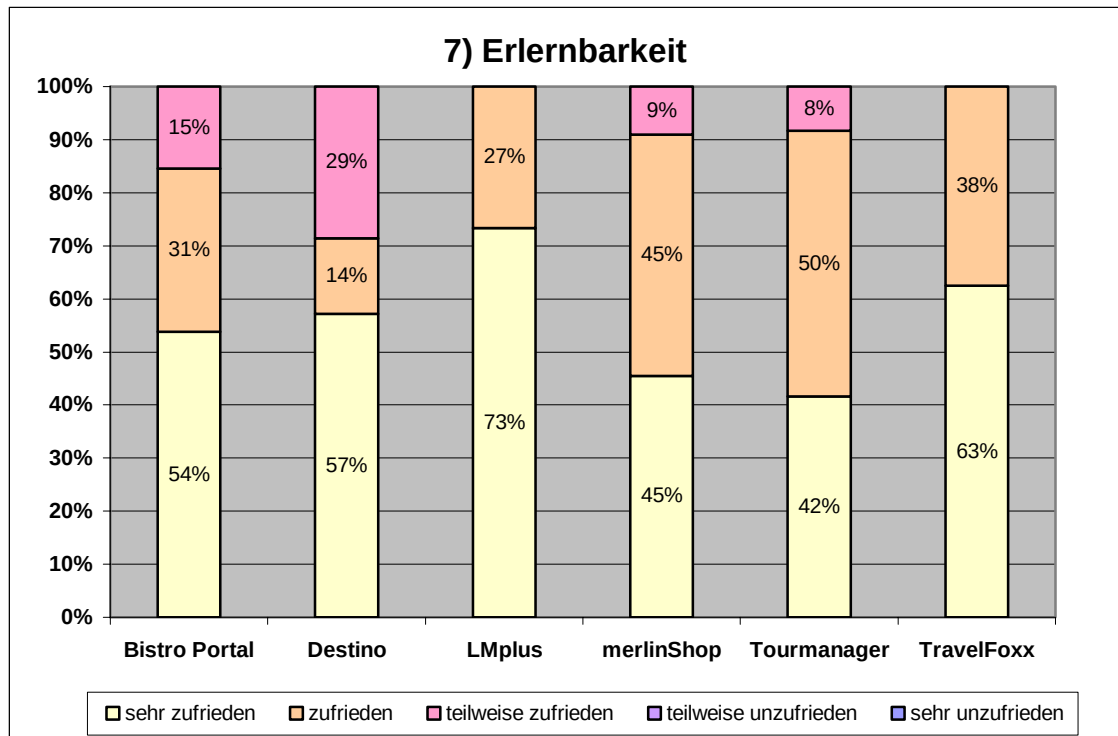
Bei BistroPortal und TravelFoxx findet sich ein größerer Anteil Expedienten, die mit der Benutzeroberfläche nur teilweise zufrieden sind (jeweils 38%).

Bei TOURmanager waren sich die Expedienten uneinig: Hier gaben insgesamt 50% an, mit der Benutzeroberfläche sehr zufrieden bzw. zufrieden zu sein, während die anderen 50% teilweise zufrieden bzw. teilweise unzufrieden ankreuzten.



6) Angebotspreise:

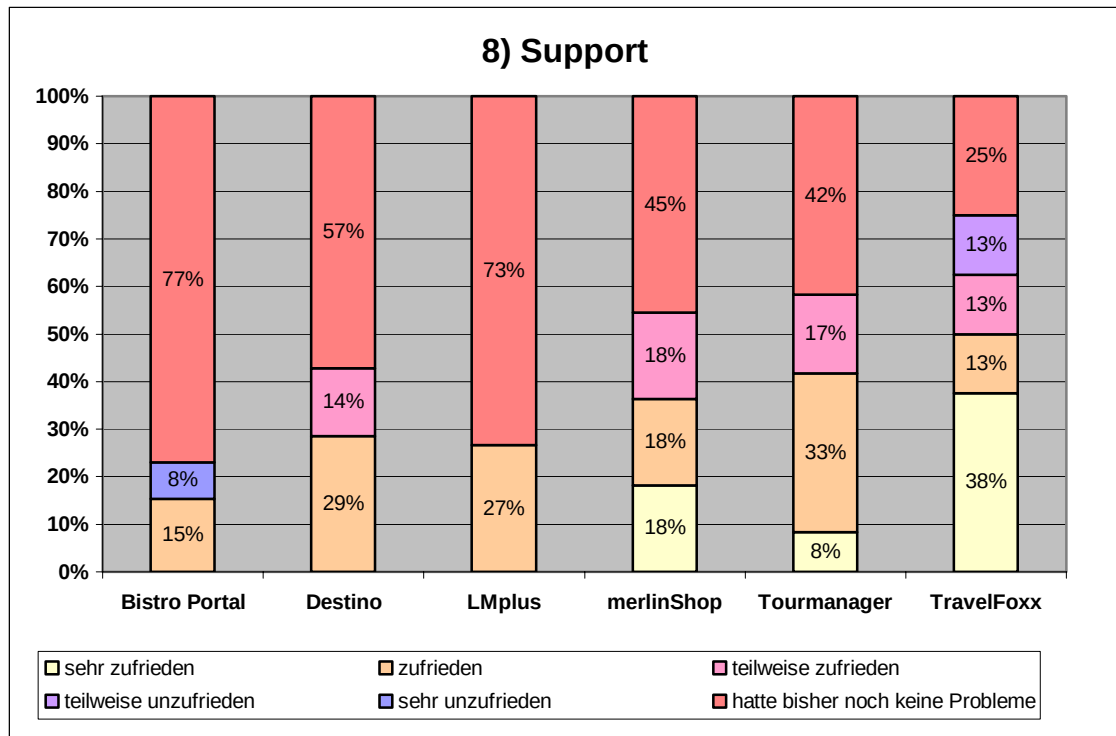
Hier wurde erfragt, ob die im jeweiligen Vertriebsunterstützungssystem angezeigten Angebotspreise mit denen bei einer Buchungsanfrage im CRS errechneten Preisen übereinstimmen. Die zu BistroPortal befragten Expedienten gaben zwar mehrheitlich an, dass die Preise immer bis fast immer stimmten, allerdings waren auch 38% der Meinung, dass es des Öfteren Abweichungen vom im CRS ausgewiesenen Preis gibt. Bei den übrigen Systemen gaben die Expedienten mehrheitlich an, dass die Preise fast immer stimmten.



7) Erlernbarkeit:

Bezüglich der Erlernbarkeit äußerten sich die Nutzer von allen Systemen mehrheitlich als sehr zufrieden oder zufrieden. Dies unterstreicht, dass die Systeme im Allgemeinen als selbsterklärend und leicht verständlich einzustufen sind.

Spitzenreiter bei dieser Frage ist erneut LMplus: 73% der zu diesem System Befragten äußerten sich als „sehr zufrieden“ im Hinblick auf die Erlernbarkeit.



8) Support:

Die Frage nach der Zufriedenheit mit dem telefonischen Support, hinsichtlich Erreichbarkeit und Problembeseitigung seitens des Systemanbieters, bildete ebenfalls Teil der Befragung. Wie die Graphik zeigt, musste der telefonische Support von den meisten Expedienten bisher noch nicht in Anspruch genommen werden. TravelFoxx hebt sich hierbei vom Gesamtbild ab, allerdings beurteilten 38% der Befragten die telefonische Unterstützung als sehr zufrieden stellend.

9) Vorteile / Lob und 10) Verbesserungsvorschläge / Kritik:

Frage neun und zehn stellten offene Fragen dar, in denen die Expedienten gebeten wurden, sich frei zu den jeweiligen Systemen zu äußern. Lob und Kritik sowie Verbesserungsvorschläge konnten hier angebracht werden. Des Weiteren ergaben sich während der Besuche der Reisebüros im direkten Gespräch Erkenntnisse, die ebenfalls aufgenommen wurden. Die zusammengefassten Ergebnisse zu den jeweiligen Systemen finden sich auf den nachfolgenden Seiten. Voran geht eine Übersicht der häufigsten Äußerungen, welche alle Systeme betreffen.

„TOP Five“ – Am häufigsten genannte Verbesserungsvorschläge systemübergreifend:

- Gewünscht wird die Anzeige von ausschließlich vakanten / buchbaren Angeboten.
- Alle Systeme zeigen nur die Preise pro Person an. (Eine Ausnahme stellt merlin Shop dar.) Maximale Preisangaben können ebenfalls nur pro Person gemacht werden. Gesamtpreiseingabe / -anzeige sollte vor allem im Hinblick auf Familienurlaub ermöglicht werden.
- Die Darstellung von Kinderpreisen ist nicht gegeben. (Eine Ausnahme stellt merlin Shop dar.) Des Weiteren gibt es Probleme bei der Übernahme ins CRS. Hier werden die Erwachsenen und Kinder oftmals nicht der richtigen Belegungsart zugeordnet bzw. das Alter der Kinder nicht übernommen, so dass eine neue „BA“ (Buchungsanfrage) mit manueller Eingabe / Abänderung der Daten erforderlich ist.
- Die Preisdarstellung im Vertriebsunterstützungssystem sollte der Preisdarstellung im CRS entsprechen.
- Ebenfalls oft vermisst wird die Möglichkeit eine alternative Aufenthaltsdauer (z.B. 10–14 Tage) einzugeben.

Darstellung 91: Ergebnisse offene Fragen

BistroPortal	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Relativ gute Erlernbarkeit - Ausführliches Bild- und Textmaterial - Zugriff auf Bild- und Textmaterial ohne Systemwechsel - Angabe von Veranstalter- und Katalogseiten - Suche nach bestimmten Hotel möglich - Auswahl Last-Minute und Pauschalangebote können gleichzeitig abgerufen werden, kein Wechsel der Eingabemaske bzw. Neueingabe der Daten - Große Anzahl an Angeboten - Schnelle Aktualisierung der Katalogdaten bei Neuerscheinungen und Saisonwechsel	- Ähnlichkeitssuche bei Hotel verbessern, da des Öffnen kein Suchergebnis, wenn Hotelname falsch geschrieben wird - Preisdarstellung ist nicht immer korrekt, sollte verbessert werden - Eingabemöglichkeit von alternativer Aufenthaltsdauer integrieren - Für die Angebotsübersicht sollte ebenfalls eine Druckfunktion hinterlegt werden, so dass dem Kunden die Angebote aufgelistet ausgedruckt werden können - Gesamtpreisdarstellung für Familien integrieren - Anzeige aller Hotels in einem bestimmten Zielgebiet von einem bestimmten Veranstalter ermöglichen - Die drei Ausgabefelder sind teilweise zu unübersichtlich; z.B. ist das Angebotsausgabefeld zu klein (Vorschlag: Button integrieren über welchen sich die einzelnen Felder, sofern gewünscht, automatisch auf Vollbild bringen lassen, da größer ziehen über Leisten zu umständlich) - Datenaktualität im Last-Minute-Bereich sollte verbessert werden, da Angebote oftmals bereits ausgebucht

Destino	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Schneller Preis-/ Leistungsvergleich der Angebote der verschiedenen Veranstalter - Übernahme der Daten ins CRS - Alle Hotelinfos auf einen Blick - GIATA-Schnittstelle: Es entfällt lästiges Suchen im Katalog, Hotels können dem Kunden sofort gezeigt werden.	- Benutzeroberfläche durch viele Reiter unstrukturiert und verwirrend, besser eine Ein- und Ausgabemaske - Ausschließlich vakante Angebote anzeigen - Eingabemöglichkeit von maximalen (Gesamt-) Preis integrieren - Eingabemöglichkeit von alternativer Aufenthaltsdauer integrieren - Eingabe des Kinderalters anstelle oder alternativ zu Geburtsdatum ermöglichen - Eingabe der Region bei Abflughafen ermöglichen - TUI-Katalogdaten aufnehmen (Destino ist ansonsten vor allem für TUI Premium Partner uninteressant) - Kosten für die Nutzung von Destino senken - Amadeus Helpline ebenfalls zu teuer, außerdem muss man diese für ein solch teures Produkt viel zu oft in Anspruch nehmen

LMplus	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Gute Erlernbarkeit da im Allgemeinen sehr benutzerfreundliches System - Schneller Überblick über vorhandene Last-Minute-Angebote - System bei Angebotsdarstellung sehr schnell - Veranstalterübergreifende Angebotsdarstellung (Transparenz) - Mehrere Abflughäfen und Regionen können berücksichtigt werden - „Ab“ bestimmter Verpflegungsart kann eingegeben werden - Schnelle Beratung möglich - Direkte Datenübernahme ins CRS - Allgemein große Zeitersparnis	- Links zu Hotels gewünscht - Gesamtpreisdarstellung für Familien integrieren - Abfrage von Nur-Charterflug mit Aufenthaltsdauer länger als 21 Tage gewünscht - Dauer, bis LMplus hochgefahren ist, zu lange - Wenn Attribute wie Zimmerart usw. eingegeben werden, fallen oftmals durch diese Einschränkung Hotels weg, die eventuell auch interessant wären. Wünschenswert ist eine Wunscherfüllungsgradanzeige, ähnlich wie bei BistroPortal, so dass auch Angebote mit abweichender Wunscherfüllung angezeigt werden. - Möglichkeit integrieren Sportarten zur Angebotssuche zu hinterlegen - Wünschenswert wäre die Anzeige von ausschließlich vakanten Angeboten, da oftmals viele Angebote angezeigt werden, die nicht mehr buchbar sind - Genauere Preise, da des Öfteren Abweichungen bei Übernahme und BA-Prüfung im CRS

merlin Shop	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Veranstalterübergreifende Darstellung der Angebote direkter Preisvergleich - Arbeitserleichterung, da alle Infos in einem System und somit keine Suche mehr nötig - Gute Erlernbarkeit, da System schnell verständlich - Mietwagensystem sehr sinnvoll - Automatische Datenübernahme sehr zeitsparend - GIATA-Schnittstelle – spart Suche in Katalogen - Schneller Überblick über Pauschal-, Kurzfrist- und Flugbereich - Vakanzprüfung gut und schnell - Besseres Preis-/ Leistungsverhältnis im Vergleich zu Mitbewerber Amadeus	- Bei der Suche nach anderem Angebot in anderem Zielgebiet, bleibt alter Hotelname im System, muss dann immer extra gelöscht werden. Vorschlag: Button „alle Eingaben löschen“ oder „Leeren“ verbessern. - TUI-Katalogdaten aufnehmen (-> merlin Shop vor allem für TUI Premium Partner uninteressant) - Anzeige ab/ bis € unübersichtlich - Eingabe eines Gesamtreisepreises sollte möglich sein - Stabilitätsprobleme auf einigen Rechnern, Angaben für Mindestanforderungen sind zu niedrig (Arbeitsspeicher, Hardwareprobleme)

TravelFoxx	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Gute Erlernbarkeit - Schneller Preis-/ Leistungsvergleich der Angebote der verschiedenen Veranstalter - System für die Abfrage von Kurzfristreisen gut geeignet - Im Vergleich zu anderen Vertriebsunterstützungssystemen sind die Kosten für die Nutzung von TravelFoxx gering - Verkaufssteuerung möglich - Bild- und Textmaterial zu den Hotels	- Ausschließlich vakante Angebote anzeigen - Die Abfrage von Katalogangeboten ist schwierig, da in erster Linie Last-Minute-Angebote dargestellt werden - Unterkunftsauswahl: Abkürzungen ausschreiben und die Auswahl von mehreren Attributen ermöglichen - Eingabemöglichkeit eines bestimmten Zielgebiets wünschenswert - Hotelbewertungen zu allen Hotels wünschenswert - Generell gibt es nicht zu allen Hotels Beschreibungen - Druckfunktion bei früherer Offline-Version war deutlich besser als bei neuer Online-Version

TOURmanager	
Vorteile / Lob	Verbesserungsvorschläge / Kritik
- Oberfläche zunächst etwas gewöhnungsbedürftig, ändert sich aber mit täglicher Nutzung. Gute Erlernbarkeit - Button „ausgebucht ausblenden“ sehr gut - Viele Funktionen / Reisearten (Hotel- Baustein, Schiff etc.) - Schnelle veranstalterübergreifende Angebotsdarstellung - Viel schneller, übersichtlicher, moderner als die alte Offline-Version - Auflistung der Anbieter des Hotels sowie Hoteladresse sehr nützlich - direkter Preisvergleich der Veranstalter möglich - Button „Best-Buy“ um schnell günstigstes Angebot zu finden, sehr nützlich - Last-Minute-Preise und Katalogpreise auf einen Blick - Suche nach Ort und Hotel möglich	- Teilweise nicht logischer Aufbau der Maske, z.B. „Finden“-Button in der Mitte, dieser sollte rechts, nachdem alle Daten eingegeben worden sind, stehen - Es fehlen farblich abgehobene Buttons zur Orientierung (z.B. von „Best Buy“) - Differenzierung der Kundenwünsche der Offline-Version angleichen (hier waren mehr Attribute zur Auswahl verfügbar) - Aufenthaltsdauer Katalogreisen: Es sollte auch die Auswahl von 9, 10, 12 Tagen möglich sein - Eingabemöglichkeit von mehreren alternativen Abflughäfen wünschenswert (nur drei sind etwas zu wenig) - Alternative Reiseziele (mindestens drei) sollten auswählbar sein - Oftmals werden keine Angebote mit drei oder mehr Kindern gefunden, obwohl bei direkter Katalogabfrage über das CRS Angebote vorhanden sind - Manche Hotels werden vom System nicht gefunden, obwohl sie vorhanden sind - Preisdarstellung ist nicht immer korrekt, verbesserungswürdig

6.4 Ergebnisse der Kostenbetrachtung

Da sich die meisten befragten Reisebüroleiter in Bezug auf die Kosten entweder nicht äußern wollten, oder diese ihnen nicht vollständig bekannt waren, lieferten die Rückläufe der Kosten-Fragebögen leider keine zufrieden stellenden Ergebnisse. Zu entnehmen sind lediglich die Internet-Kosten, welche sich demnach durchschnittlich auf € 38,- / Monat belaufen.

Ein direkter Kostenvergleich hinsichtlich der Gebühren für die Nutzung der Vertriebsunterstützungssysteme, ist aufgrund der verschiedenen Leistungsangebote und Preisgestaltung der Anbieter ebenfalls nur eingeschränkt möglich. Es treten folgende Schwierigkeiten auf:

Monatliche Nutzungsgebühr:

Die Systeme Destino, merlin Shop und TOURmanager verlangen eine Nutzungsgebühr pro Terminal. Für das Nutzungsrecht von TOURmanager wird für bis zu vier Terminals ein Einheitspreis verlangt, für jedes weitere Terminal, welches mit der Software ausgestattet wird, entstehen zusätzliche Kosten. BAUSTEINmanager und CRUISEmanager sind Tools welche gegen einen monatlichen Aufpreis genutzt werden können. BistroPortal verlangt für bis zu fünf Terminals und LMplus für bis zu sechs Terminals eine Einheitsgebühr. Für TravelFoxy Online muss nur pro Reisebüro eine monatliche Gebühr gezahlt werden (Anzahl der Terminals nicht maßgebend). Für LMplus wird als einziges System eine Einrichtungsgebühr verlangt.

Des Weiteren unterliegen die veröffentlichten Preise jedes Systemanbieters individuellen Vertragsverhandlungen und können demnach nur als Richtwerte angesehen werden.

Standard- und Zusatzleistungen:

Einige Leistungen werden von den IT-Anbietern entweder inklusive oder gegen Zahlung eines zusätzlichen Entgeltes angeboten. Bei merlin Shop im Preis inbegriffen sind die Nutzung des GIATA-Hotelguides sowie Zugriff auf die Regionsinformationen der TravelTainment AG (hierfür liegen keine Angaben der entstehenden Kosten vor). Die restlichen Anbieter besitzen zwar die

Schnittstellen zu GIATA, allerdings muss das Reisebüro zur Nutzung dieser die entsprechende Lizenz beantragen, wofür zusätzliche Gebühren anfallen. Auf Regionsinformationen können nur BistroPortal (im Preis inbegriffen) und merlin Shop zurückgreifen. Über TravelFoxx Online können Informationen zu den Abflughäfen abgerufen werden, welche durch Traffics geliefert werden und im Nutzungspreis inbegriffen sind.

Eine weitere Differenz hinsichtlich der Berechnung liegt bei der Vertriebssteuerung. Für die Nutzung der Vertriebssteuerung von Destino muss pro Terminal eine zusätzliche monatliche Gebühr entrichtet werden, während diese bei den anderen Systemen bereits im Preis integriert ist.

Zusatzkosten:

Weitere Schwierigkeiten, die einen Vergleich erschweren, stellen die Kosten für den telefonischen Support, die CRS-Kosten sowie die Incentive-Zahlungen dar. Die Nutzung der TBM von Traffics ist kostenlos. Wird bei LMplus das CRS bum@ verwendet, sinkt die monatliche Nutzungsgebühr für LMplus. Destino und merlin Shop laufen zwangsläufig über Amadeus Vista bzw. MySabre+merlin, wobei Destino im Nutzungspreis von Amadeus Vista Leisure Pack bereits enthalten ist. BistroPortal und TOURmanager sind auf die Anbindung an eines der CRS von Amadeus oder MySabre+merlin angewiesen.

Lösungsansatz:

Nach Angaben des DRV befinden sich in einem Reisebüro durchschnittlich drei Terminals.³⁷¹ Diese Anzahl wurde in den folgenden Ausführungen zu Grunde gelegt. Um die Leistungsdifferenzen zu dezimieren, wurde versucht (sofern möglich), die Systeme auf einen gleichen Level zu bringen. Eine vollkommene Gleichstellung aller Systeme ist nicht möglich.

³⁷¹ Vgl. Collet, 2004, o.S.

Darstellung 92: Kostenüberblick Vertriebsunterstützungssysteme

System	Voraussetzungen	Monatliche Nutzungsgebühr	Installationskosten	Support	Bemerkungen / sonstiges
BistroPortal	Schnittstelle zu: Merlin Office, Merlin Web, Start Comfort, Start Webclient, Amadeus Vista	€ 75,- für maximal 5 Terminals	-	€ 0,12 Minute (01805er Nummer)	
Destino	Amadeus Vista Leisure Pack € 145,- (Destino enthalten) Destino optional: Amadeus Vista Professional Pack € 120,- Amadeus Vista Classic Pack € 90,- Amadeus Vista Starter Pack € 25,- (Grundpreise je Terminal / Monat, ohne Berücksichtigung der Incentive-Zahlungen)	€ 35,- pro Terminal (falls nicht in Grundausstattung enthalten)	-	Für monatlich € 3,- Grundgebühr pro Terminal € 0,09 / Minute. Ohne Grundgebühr: € 1,86 / Minute.	Amadeus Destino Vertriebssteuerung: € 8,- / Monat für jedes zu steuernde Terminal.
LMplus	Schnittstelle zu: Start Comfort, Start Web, Amadeus Vista, Merlin, Merlin 4.x, Merlin X2, bum@	€ 30,- für maximal 6 Terminals (mit bum@) € 50,- für maximal 6 Terminals (ohne bum@)	€ 50,-	keine zusätzlichen Gebühren, normale Ortsvorwahl	
merlin Shop	MySabre+merlin € 97,- pro Reisebüro / Monat (ohne Berücksichtigung von Incentive-Zahlungen)	€ 49,- pro Reisebüro	-	Für monatlich € 6,95 Servicegebühr € 0,12 / Minute. Ohne Servicegebühr: € 1,24 / Minute.	Hotelinformationen von GIATA und Regionsinformationen über die TravelTainment AG sind inklusive.
TOURmanager	Schnittstelle zu: Amadeus Vista, Start Comfort, Start Webbasic, Start Webclient, MySabre+merlin	€ 9,90 pro Einzelplatz / bis zu vier Arbeitsplätze 19,90	-	keine zusätzlichen Gebühren, normale Ortsvorwahl	Beihaltet die Nutzung von TOUR- und SPÄTBUCHERmanager. Für die Nutzung von BAUSTEIN- oder CRUISEmanager fallen zusätzlich jeweils € 9,90 / Monat an.
TravelFoxx Online	Schnittstelle zu: Start Comfort, Start Webclient, Start ISDN, Merlin, MerlinX, TBM	€ 20,- pro Reisebüro	-	€ 0,12 / Minute (0180er Nummer)	Die Nutzung der TBM (Traffic Buchungsmaske) ist kostenlos

Darstellung 93: Kostenvergleich der Vertriebsunterstützungssysteme

Kosten System	Monatliche Nutzungsgebühr	zuzüglich / abzüglich Kosten	Kosten für 3 Terminals inklusive Vertriebssteuerung
BistroPortal	€ 75,- für maximal 5 Terminals		€ 75,-
Destino	€ 35,- pro Terminal (falls nicht in Grundausstattung enthalten)	zuzüglich € 8,- / Terminal für Vertriebssteuerung	€ 129,-
LMplus	€ 30,- für maximal 6 Terminals (mit bum@)		€ 30,-
merlin Shop	€ 49,- pro Reisebüro	abzüglich € 9,90 für GIATA (Extranet Hotel Guide für maximal 5 Terminals)	€ 39,10
TOURmanager	€ 9,90 pro Einzelplatz / bis zu vier Arbeitsplätze € 19,90 (nur Basisversion)		€ 19,90
TravelFoxx Online	€ 20,- pro Reisebüro		€ 20,-

Quelle: Eigene Darstellung.

Wie man der Darstellung „Kostenvergleich der Vertriebsunterstützungssysteme“ entnehmen kann, gibt es deutliche Preisunterschiede. Allerdings wird an dieser Stelle abermals betont, dass Leistungsunterschiede zwischen den einzelnen Systemen vorliegen, welche berücksichtigt werden müssen. Ein Vergleich der Systeme ausschließlich mit Hinblick auf die Kostenstruktur wäre demnach nicht gerechtfertigt.

6.5 Gesamtauswertung / Scoring

Die Gesamtauswertung mittels des vorgestellten Scoring-Modells lieferte folgende Ergebnisse:

In der Kategorie „**Systemeigenschaften**“ schnitten BistroPortal und TOURmanager Online mit 8,8 bzw. 8,6 von 10,0 möglichen Punkten am besten ab. Beide Systeme stellen die größte Datenmenge zur Verfügung und beinhalten Angebote der meisten Reiseveranstalter. Des Weiteren wurde positiv bewertet, dass sich unter den Daten der beiden Systeme auch Katalogdaten der TUI befinden, während bei den anderen Systemen TUI-Daten nur in Form von Last-Minute-Angeboten vorliegen.

Dies und die Tatsache, dass generell weniger Reiseveranstalter in merlin Shop und Destino integriert sind, führte dazu, dass beide Systeme mit insgesamt 6,0 von 10,0 möglichen Punkten in diesem Bereich bewertet wurden. Hinsichtlich der Schnittstellen wurde hier außerdem berücksichtigt, dass bei diesen Systemen eine stärkere Produktbindung vorliegt.

Die dritte Gruppe in dieser Kategorie bilden TravelFoxy Online mit 5,8 und LMplus mit 5,6 von 10,0 erreichbaren Punkten. Bei beiden Systemen bilden Last-Minute-Reisen den Schwerpunkt. Die dadurch geringere Datenmenge, die beide Systeme zur Verfügung stellen, wirkte sich entsprechend auf die Bewertung aus.

In der Kategorie „**Funktionen**“ liegt wieder BistroPortal mit 8,0 von 10,0 erreichbaren Punkten vorn. Zwar ist die Vakanzprüfung von gleichzeitig mehreren Angeboten nicht möglich, doch bietet BistroPortal von allen Systemen das umfangreichste Informationsangebot (Bild- und Textmaterial) und verfügt, im Gegensatz zu den Konkurrenzprodukten, über eine Wissensdatenbank. Die Vertriebssteuerung wurde aufgrund der „weichen“ und „harten“ Steuerungsmöglichkeit ebenfalls im Vergleich zu den Mitbewerbern entsprechend beurteilt. Auch die vorhandenen Druckfunktionen und die Möglichkeit des E-Mail-Versands direkt aus dem System, gingen positiv in das Gesamtergebnis ein. Die Ergebnisse der anderen Systeme liegen in dieser Kategorie zwischen 4,6 und 6,0 von 10,0 möglichen Punkten.

In seiner Führungsposition abgelöst wurde BistroPortal in der Kategorie **„Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche“** von TOURmanager Online. Dieses System erhielt insgesamt 8,8 von 10,0 erreichbaren Punkten. Das Ergebnis ist auf die gute Bewertung im Bereich „Reiseartenauswahlmöglichkeiten“ sowie „Eingabemöglichkeiten der Kundenwünsche“ zurückzuführen. Merlin Shop und BistroPortal erreichten in dieser Kategorie 7,3 Punkte, gefolgt von Destino und TravelFoxx Online mit jeweils 6,0 bzw. 6,5 Punkten. Das Schlusslicht in dieser Kategorie bildet LMplus mit 5,2 Punkten. Zusätzlich zur geringen Auswahl an Reisearten, bietet das System nur begrenzt Möglichkeiten, Kundenwünsche bei der Angebotssuche zu hinterlegen.

Allerdings konnte LMplus hinsichtlich der Kategorie **„Usability“** in der Bewertung aufholen und liegt hier mit 8,2 von 10,0 möglichen Punkten weit vor den Konkurrenzprodukten, welche aus verschiedenen Gründen in diesem Bereich nur eine Punktzahl zwischen 6,0 und 6,6 erzielten. Das Erreichen der hohen Punktzahl in dieser Kategorie spiegelt die guten Ergebnisse von LMplus bei Usability Test und Befragung wieder.

Betrachtet man die Ergebnisse der einzelnen Kategorien in der Gesamtheit, ergibt sich folgende Rangliste:

Auf Rang eins befindet sich BistroPortal mit einer Gesamtpunktzahl von 7,68 von 10,0 erreichbaren Punkten, dicht gefolgt von TOURmanager mit 7,36 Punkten.

Merlin Shop gelangt mit insgesamt 6,4 erreichten Punkten auf Platz drei. Auch hier besteht kein großer Abstand zur Konkurrenz: Der Abstand zu Destino (Gesamtpunktzahl 6,12) und LMplus (Gesamtpunktzahl 6,1) ist verschwindend gering.

Die geringste Gesamtpunktzahl in der Bewertung erlangte TravelFoxx Online mit 5,92 Punkten.

Die einzelnen Bewertungen im Scoring-Modell sind den folgenden Seiten zu entnehmen.

[illegible]

merlin Shop									
Kategorie / Kriterien	Gewichtung Kategorie	Gewichtung Kriterium	10	8	6	4	2	Kriterien gewichtet	Kategorie gewichtet
Systemeigenschaften	30%	100%						6	1,8
Datenmenge		40%			6			2,4	
Veranstalteranzahl		30%			6			1,8	
Schnittstellen		30%			6			1,8	
Funktionen	20%	100%						5,8	1,16
Vertriebssteuerung		30%			6			1,8	
Möglichkeit der gleichzeitigen Vakanzprüfung mehrerer Angebote		20%	10					2	
Informationsangebot, Wissensdatenbank		30%				4		1,2	
Druck- und Versendungsfunktionen		20%				4		0,8	
Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche	20%	100%						7,3	1,46
Reisearten		35%		8				2,8	
Grunddaten		30%		8				2,4	
Kundenwünsche		35%			6			2,1	
Usability	30%	100%						6,6	1,98
Gestaltung Benutzeroberfläche		30%			6			1,8	
Bedienungsfreundlichkeit in Bezug auf Dateneingabe		40%			6			2,4	
Gestaltung Ausgabebereich		30%		8				2,4	
Ergebnis	100%								6,4

[illegible]

TravelFoxx Online									
Kategorie / Kriterien	Gewichtung Kategorie	Gewichtung Kriterium	10	8	6	4	2	Kriterien gewichtet	Kategorie gewichtet
Systemeigenschaften	30%	100%						5,8	1,74
Datenmenge		40%				4		1,6	
Veranstalteranzahl		30%			6			1,8	
Schnittstellen		30%		8				2,4	
Funktionen	20%	100%						5,4	1,08
Vertriebssteuerung		30%		8				2,4	
Möglichkeit der gleichzeitigen Vakanzprüfung mehrerer Angebote		20%					2	0,4	
Informationsangebot, Wissensdatenbank		30%			6			1,8	
Druck- und Versendungsfunktionen		20%				4		0,8	
Eingabemöglichkeiten zur Angebotssuche	20%	100%						6,5	1,3
Reisearten		35%			6			2,1	
Grunddaten		30%	10					3	
Kundenwünsche		35%				4		1,4	
Usability	30%	100%						6	1,8
Gestaltung Benutzeroberfläche		30%			6			1,8	
Bedienungsfreundlichkeit in Bezug auf Dateneingabe		40%			6			2,4	
Gestaltung Ausgabebereich		30%			6			1,8	
Ergebnis	100%								5,92

7 SCHLUSSBETRACHTUNG

Abschließend lässt sich feststellen, dass alle bisher am Markt etablierten Systeme Stärken und Schwächen in unterschiedlichen Bereichen aufweisen, die sich teilweise kompensieren und in der Gesamtbetrachtung zu einem relativ zufrieden stellenden Ergebnis führen. Allerdings lässt sich sagen, dass momentan noch kein Vertriebsunterstützungssystem existiert, welches alle positiven Eigenschaften vereint und in jedem betrachteten Bereich durchgängig gut abschneidet.

Natürlich ist auch zu beachten, für welchen Zweck die Systeme eingesetzt werden. TravelFoxx und LMplus, welche hinsichtlich Datenmenge und Funktionen relativ niedrig bewertet wurden, eignen sich weniger für die Beratung wenn es um eine Pauschalreise im oberen Preissegment geht. Für den schnellen und einfachen Verkauf von Last-Minute-Angeboten sind diese Systeme aber aufgrund der einfachen Bedienung sehr gut geeignet und erfüllen somit ihren Zweck. Die günstigen Nutzungspreise sprechen ebenfalls für sich. Für Reisebüros mit hoher Kundenfrequenz und einem hohen Anteil an Last-Minute-Buchungen ist der Einsatz von diesen Systemen sinnvoll, während für die ausführliche Beratung eher komplexere Systeme wie z.B. TOURmanager oder BistroPortal in Frage kommen.

Wie bereits eingangs erwähnt, sind ausnahmslos alle Systeme noch nicht vollständig ausgereift. Im Allgemeinen sollten alle Systeme grundsätzlich die Möglichkeit aufweisen, eine Verfügbarkeitsprüfung von gleichzeitig mehreren Angeboten (5-10) durchführen zu können. Das gleiche gilt für die korrekte Preisdarstellung. Weicht der Preis bei der Buchungsanfrage von dem im Vertriebsunterstützungssystem angezeigten ab, kommt es nicht selten vor, dass der Expedient am Counter in Erklärungsnot gegenüber dem Kunden gerät. Besonders im Hinblick darauf, dass durch die zunehmend vorzufindende moderne Einrichtung der Reisebüros, der Kunde die Möglichkeit hat, dem Expedienten „über die Schulter zu schauen“, sollte hier eine Lösung gefunden werden.

Des Weiteren sollte die Eingabe eines Preislimits für den Gesamtpreis einer Reise ermöglicht werden. Reisen mehrere Personen zusammen (z.B. eine Familie) ist eine entsprechende Funktion sinnvoll. Dies erfordert außerdem, dass bei der Angebotsanfrage auch der Gesamtpreis ausgewiesen wird. Wün-

schenswert wäre dabei, dass Erwachsenen- und Kinderpreise getrennt aufgeführt werden. Die richtige Übernahme der Daten in die Buchungsmaske des CRS sollte ebenso selbstverständlich sein.

Hinsichtlich der Attribute (Kundenwünsche), welche zur Angebotssuche hinterlegt werden können, ist die Liste der gewünschten Eingabemöglichkeiten lang. So fiel beispielsweise auf, dass bei keinem der überprüften Vertriebsunterstützungssysteme angegeben werden konnte, dass ausschließlich nach Sparvarianten (z.B. „10 zu 7“ oder „14 zu 10-Angebote“) gesucht werden soll. Des Weiteren fehlt z.B. die Möglichkeit, nach Hotels zu suchen, in denen Hunde erlaubt sind (vor allem für erdgebundene Reisen von Bedeutung) oder welche speziell für Rollstuhlfahrer geeignet wären. Auch im Hinblick auf die demographische Entwicklung sollte diese und andere Funktionen unbedingt integriert werden.

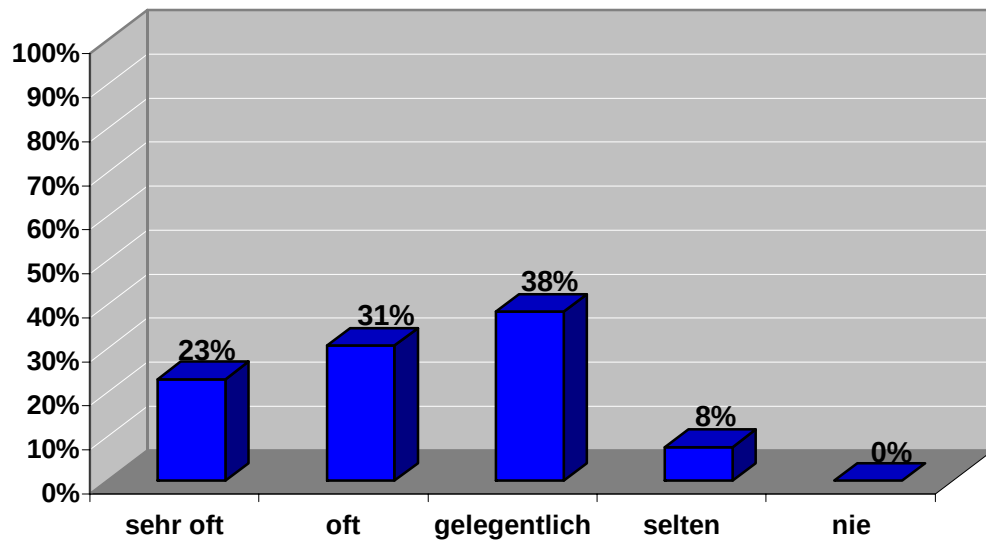
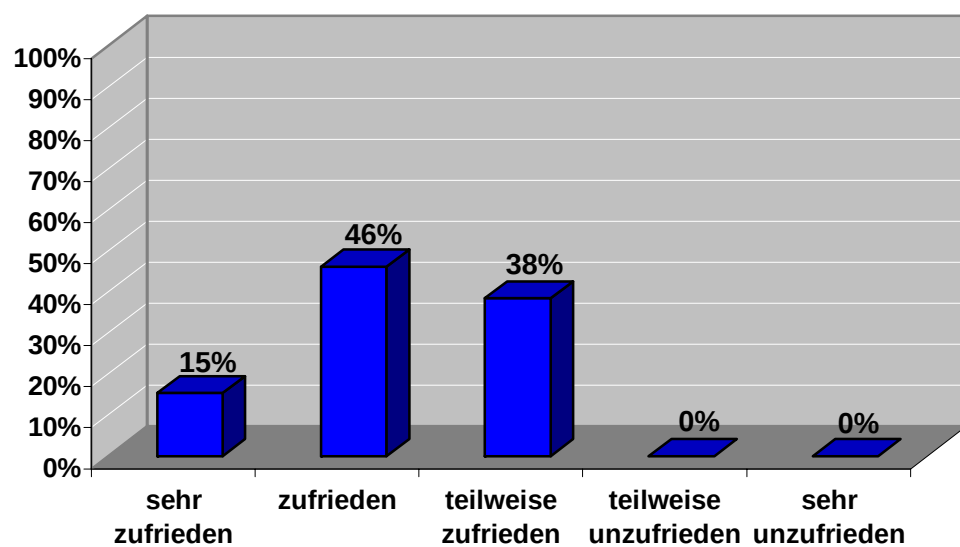
Betrachtet man die weiteren Entwicklungsmöglichkeiten von Systemen dieser Art, sind hier keine Grenzen gesetzt. So ist ein vollständiger Wechsel von den herkömmlichen CRS hin zu durchgängig verkaufs- bzw. beratungsunterstützenden Systemen für alle Sparten des Reisebüros denkbar. Hinsichtlich der sich ändernden Anforderungen an die Reisebüros, ist solch eine Entwicklung auch zwingend notwendig, um die Wettbewerbsfähigkeit des stationären Vertriebs zu sichern. Alte CRS-Versionen wie beispielsweise von START-Amadeus sind nicht mehr zeitgemäß.

Erste Ansätze dieser Entwicklung sind bereits erkennbar. So findet bereits allmählich ein Umdenken bei den CRS-Anbietern statt. Betrachtet man die neuen CRS-Versionen wie Amadeus Vista oder MySabre+merlin, lässt sich erkennen, dass der Trend eindeutig zu leicht bedienbaren, vollgraphischen Systemen geht. Neben den betrachteten Systemen für den Vergleich von Pauschalreisen sind beispielsweise bereits Systeme zum Preis-/Leistungs-Vergleich von Airlines auf dem Markt. Man darf also gespannt sein, wie sich diese Entwicklung fortsetzen wird und kann nur hoffen, dass sich die Erkenntnis durchsetzt, dass Lösungen dieser Art für den Verkauf aller Reiseleistungen zur Verfügung stehen sollten.

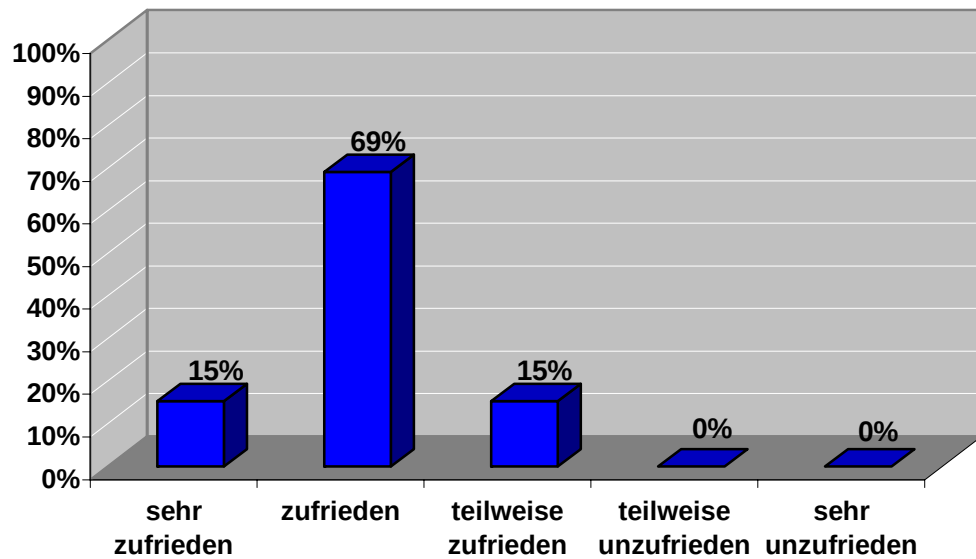
ANHANGSVERZEICHNIS

- Anhang A BistroPortal - Ergebnisse der Expedientenbefragung
- Anhang B Destino - Ergebnisse der Expedientenbefragung
- Anhang C LMplus - Ergebnisse der Expedientenbefragung
- Anhang D merlin Shop - Ergebnisse der Expedientenbefragung
- Anhang E TOURmanager - Ergebnisse der Expedientenbefragung
- Anhang F TravelFoxx - Ergebnisse der Expedientenbefragung

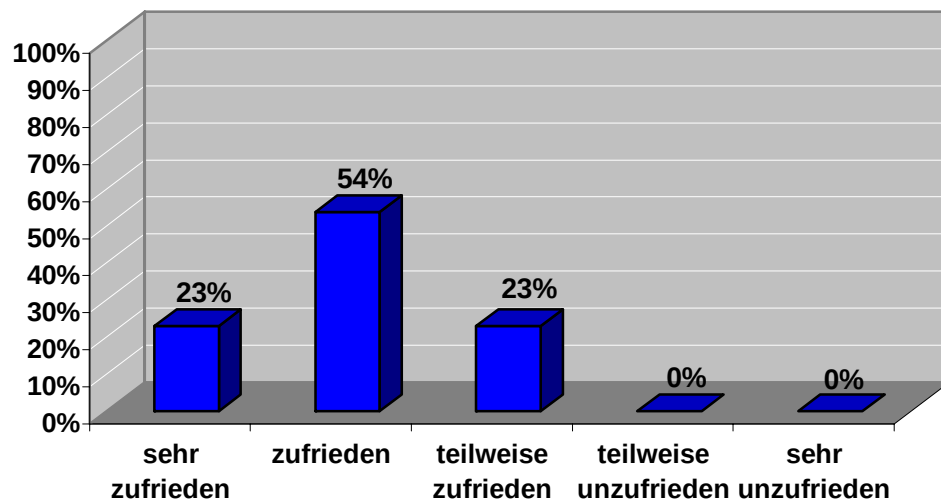
Anhang A: BistroPortal - Ergebnisse der Expedientenbefragung

**1) Häufigkeit des Einsatzes
BistroPortal****2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten
BistroPortal**

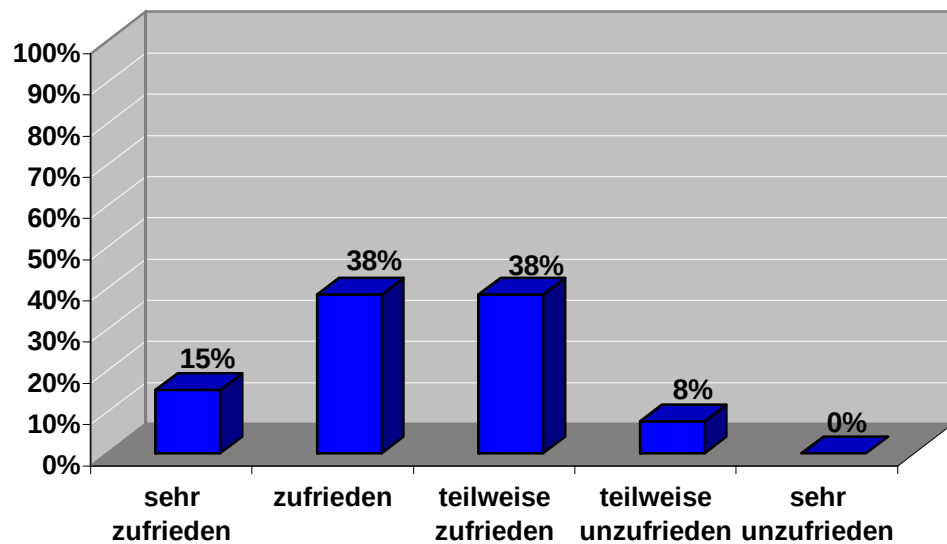
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung BistroPortal



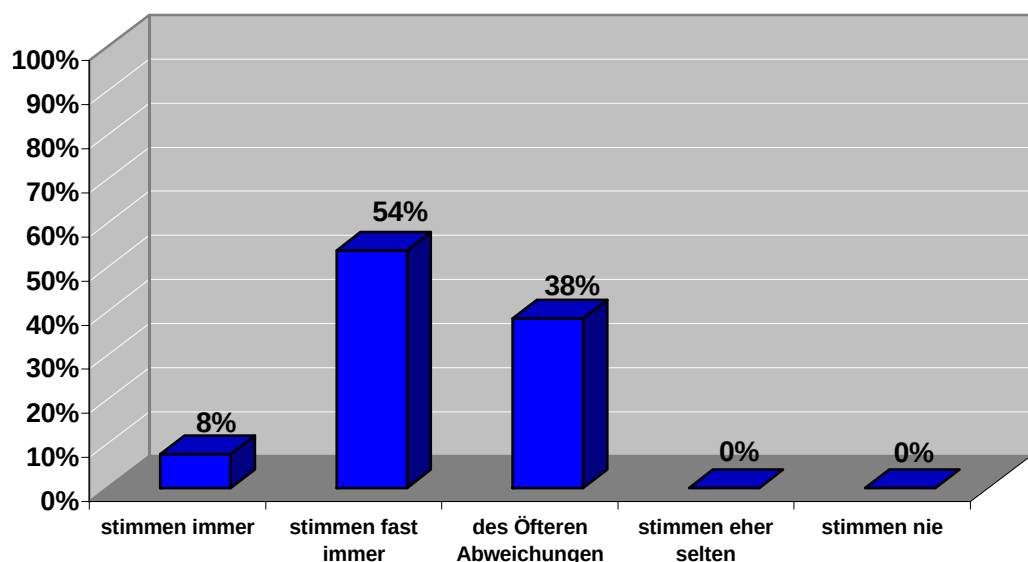
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung BistroPortal



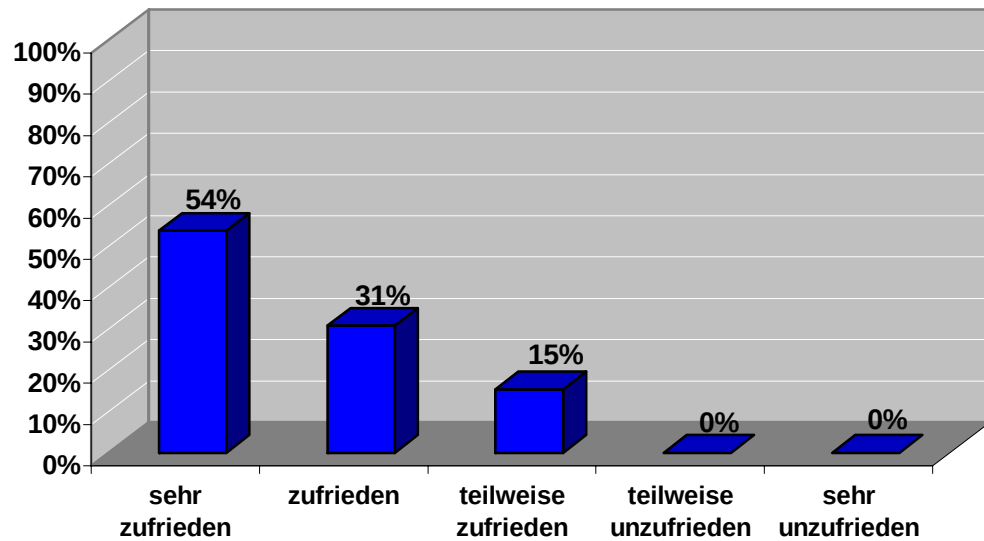
5) Benutzeroberfläche BistroPortal



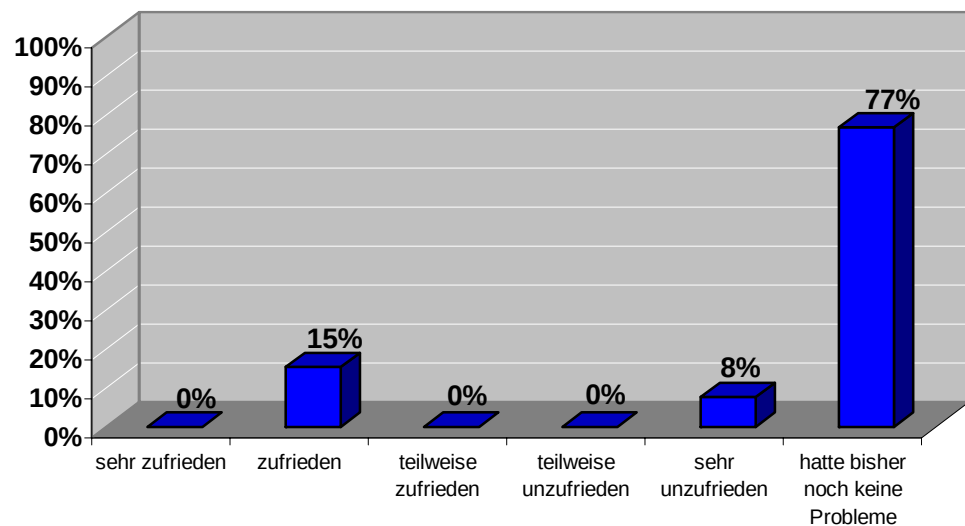
6) Angebotspreise BistroPortal

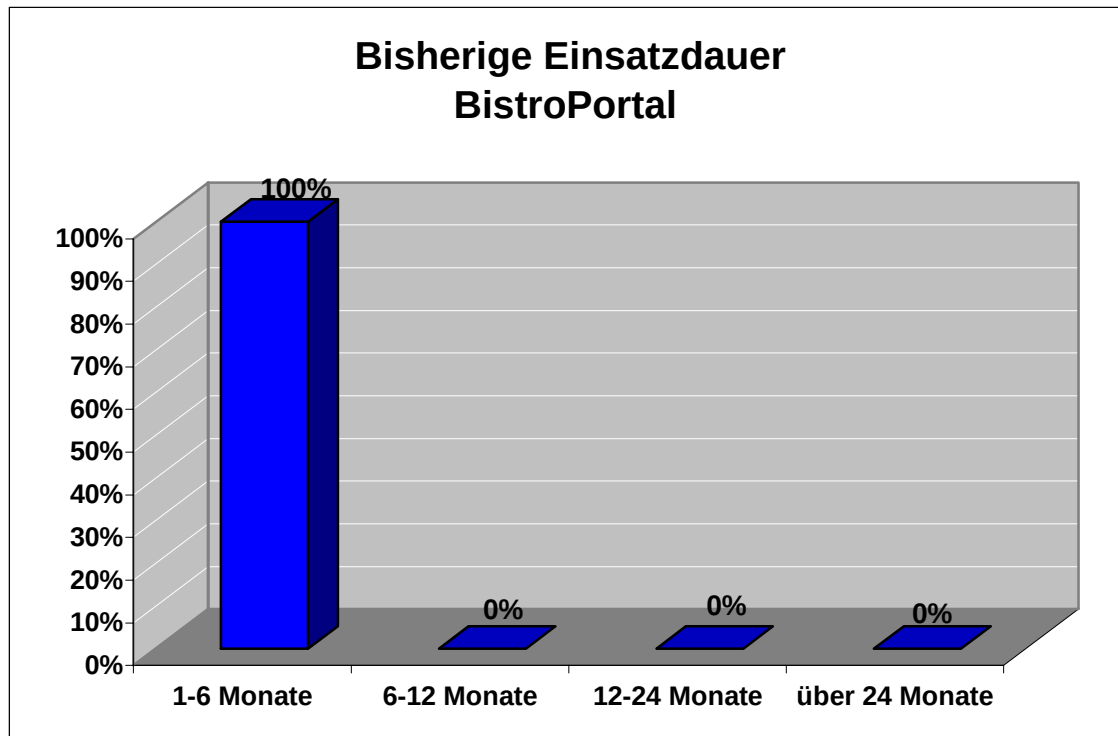


7) Erlernbarkeit BistroPortal

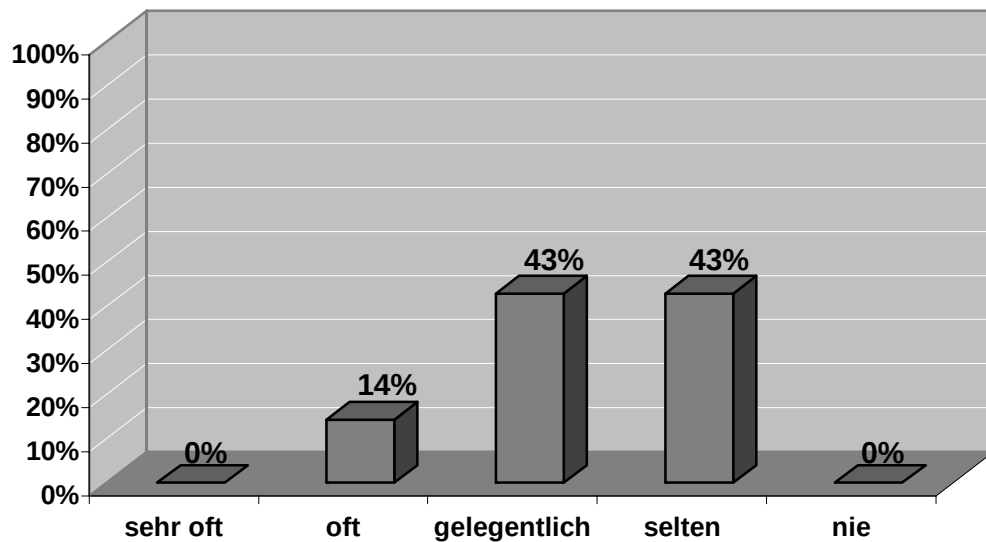
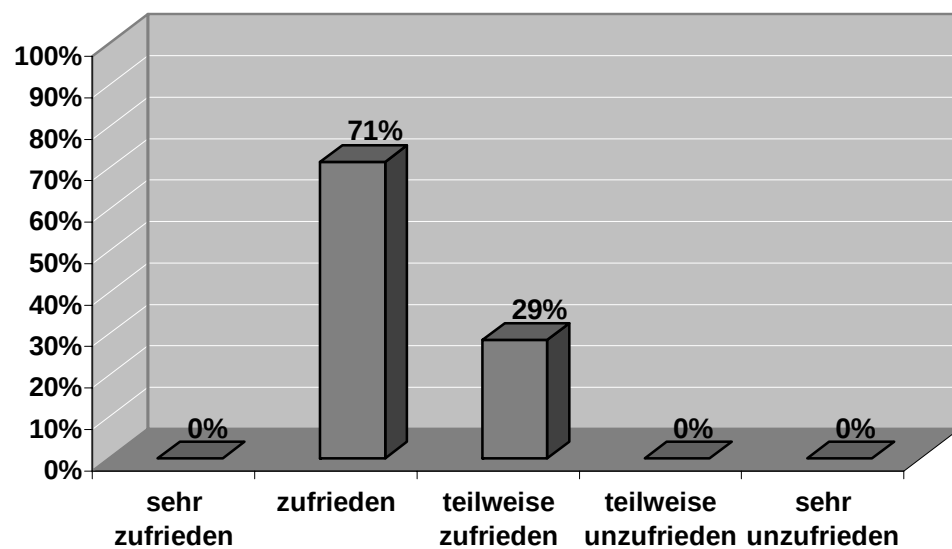


8) Support BistroPortal

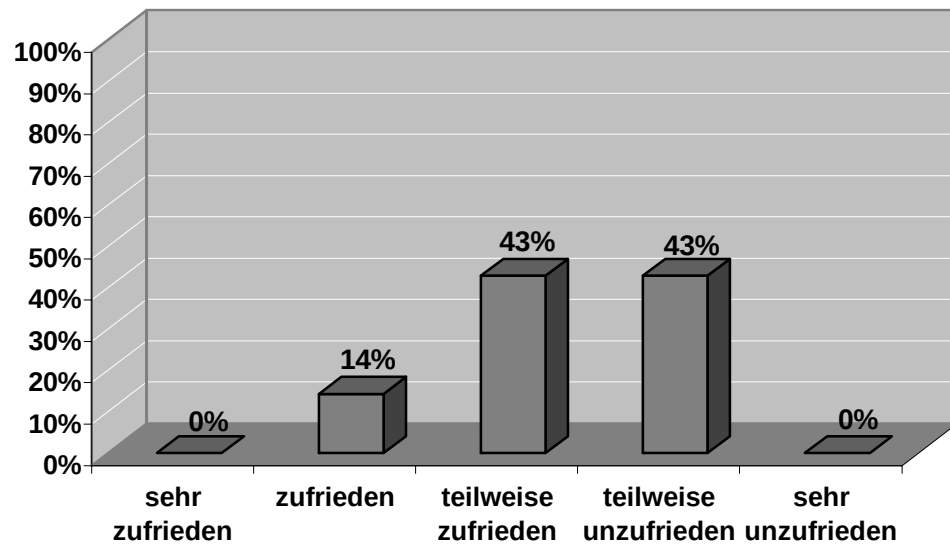




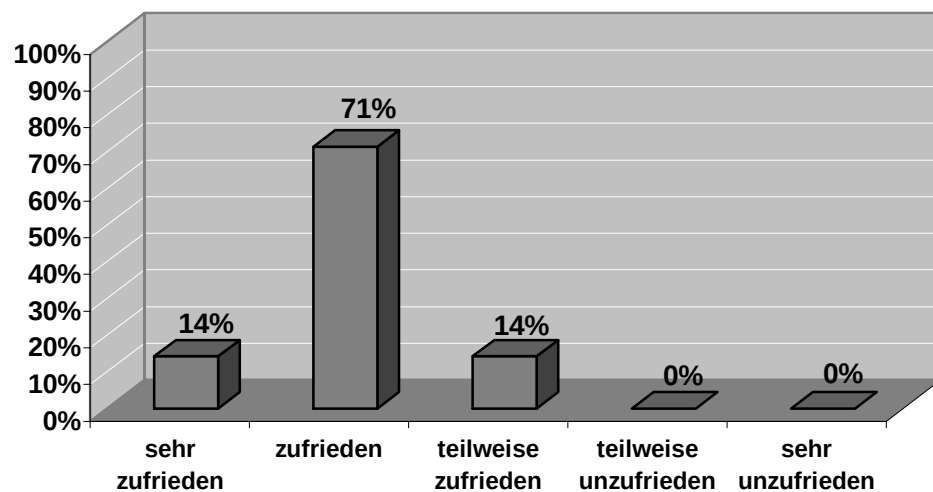
Anhang B: Destino - Ergebnisse der Expedientenbefragung

**1) Häufigkeit des Einsatzes
Destino****2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten
Destino**

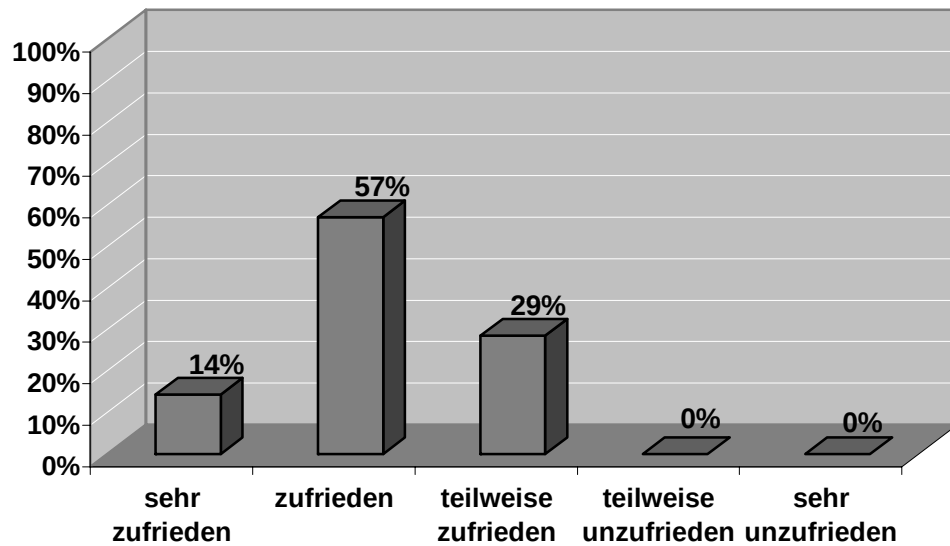
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung Destino



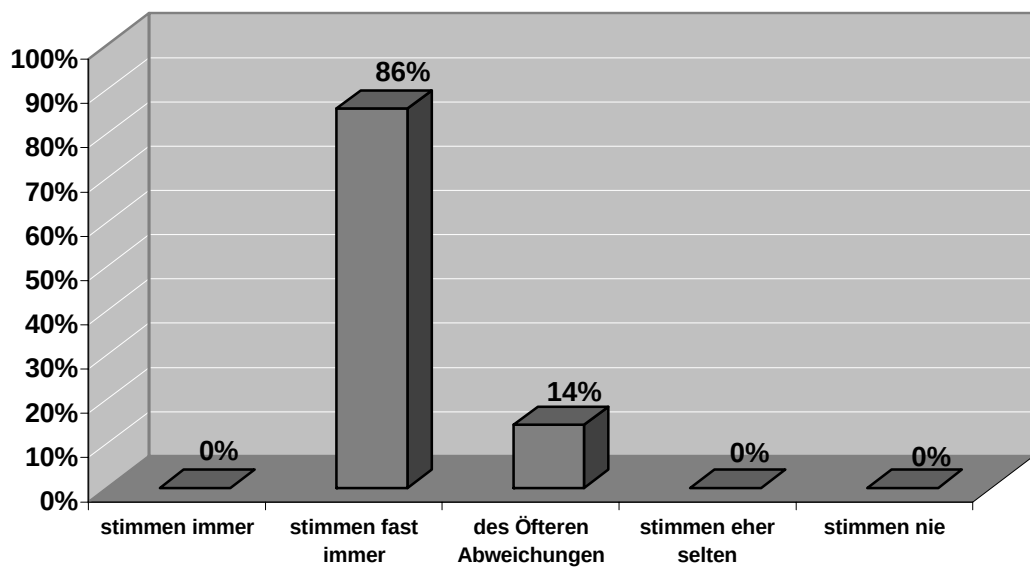
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung Destino



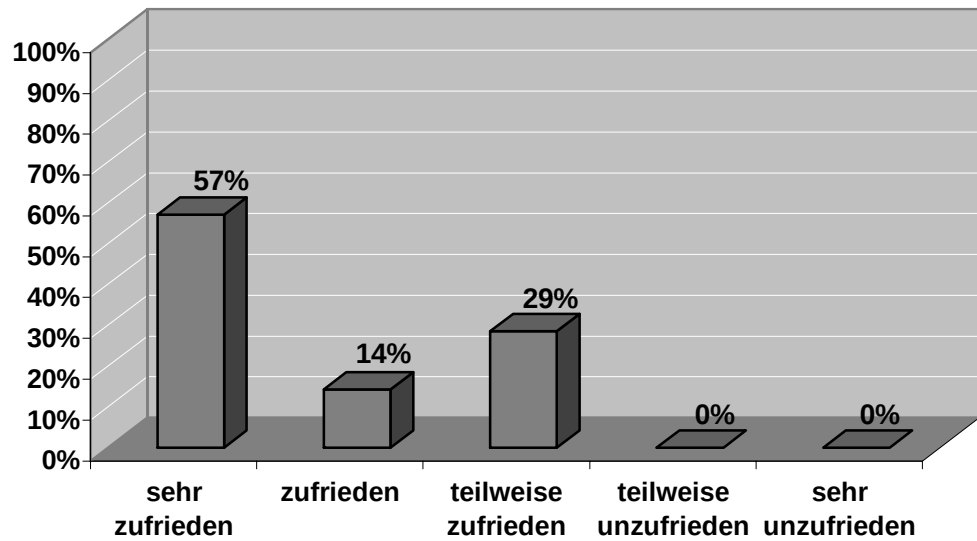
5) Benutzeroberfläche Destino



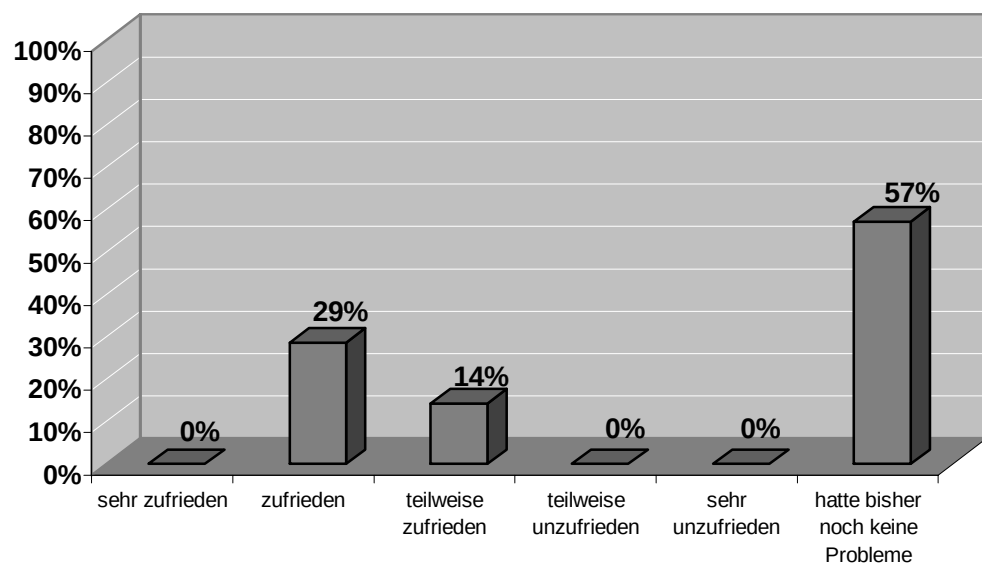
6) Angebotspreise Destino

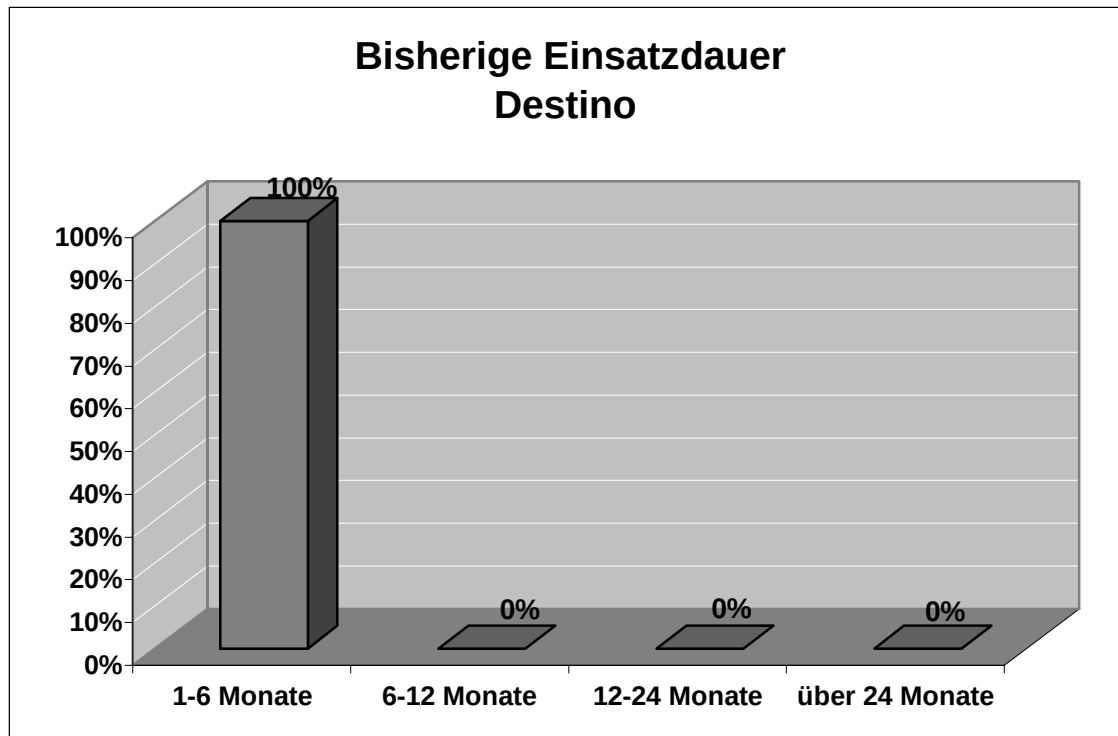


7) Erlernbarkeit Destino

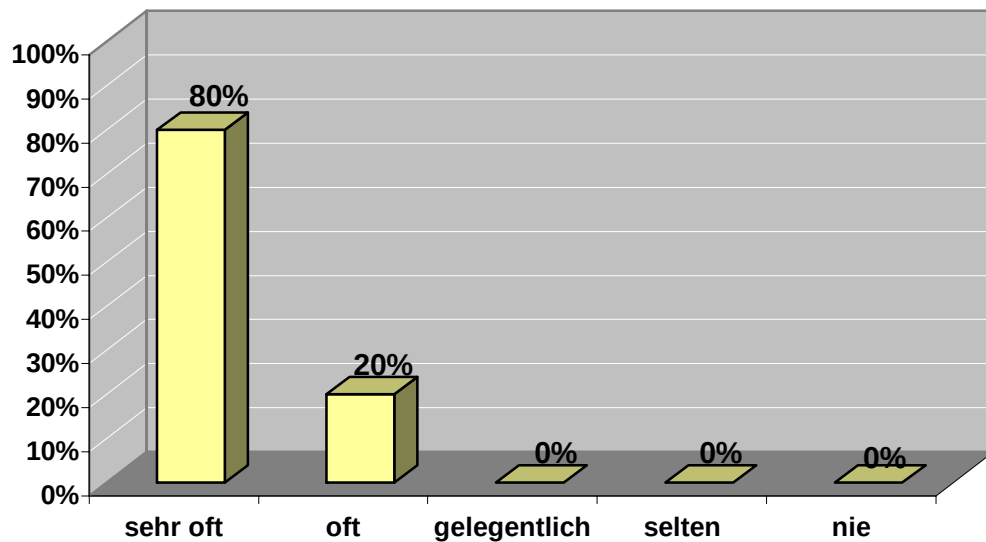
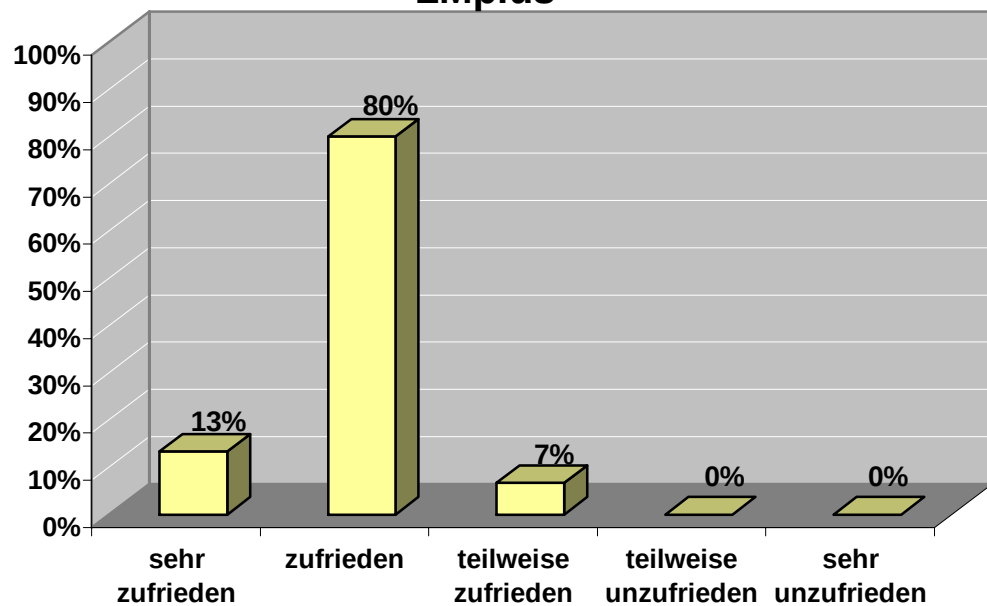


8) Support Destino

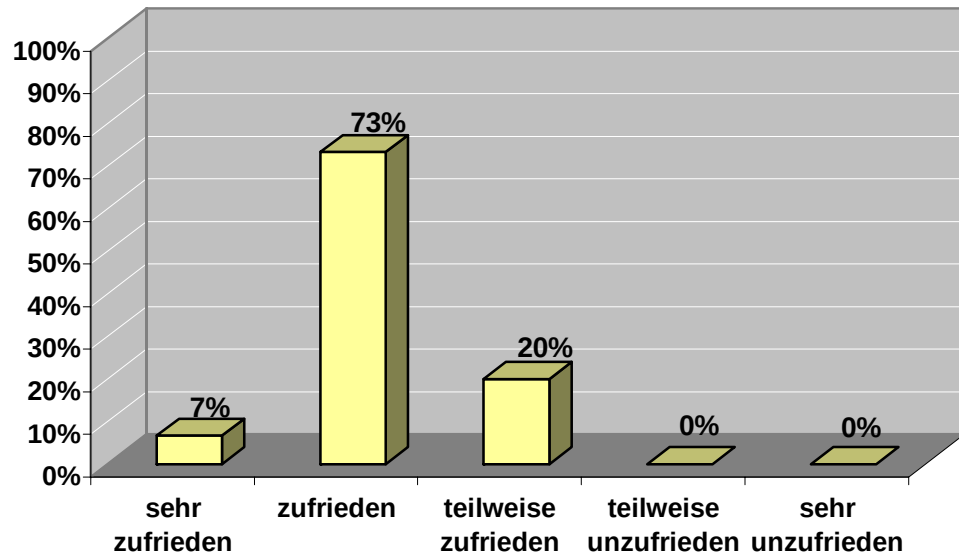




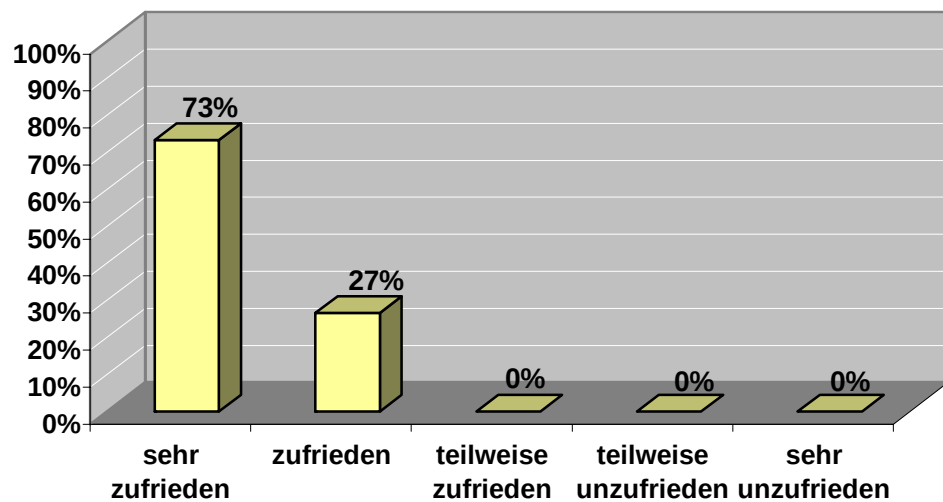
Anhang C: LMplus - Ergebnisse der Expedientenbefragung

**1) Häufigkeit des Einsatzes
LMplus****2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten
LMplus**

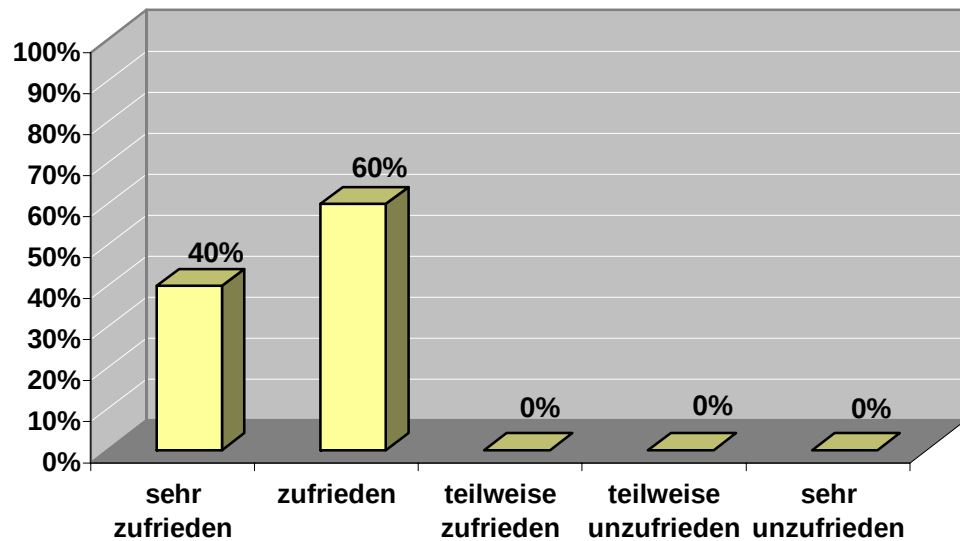
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung LMplus



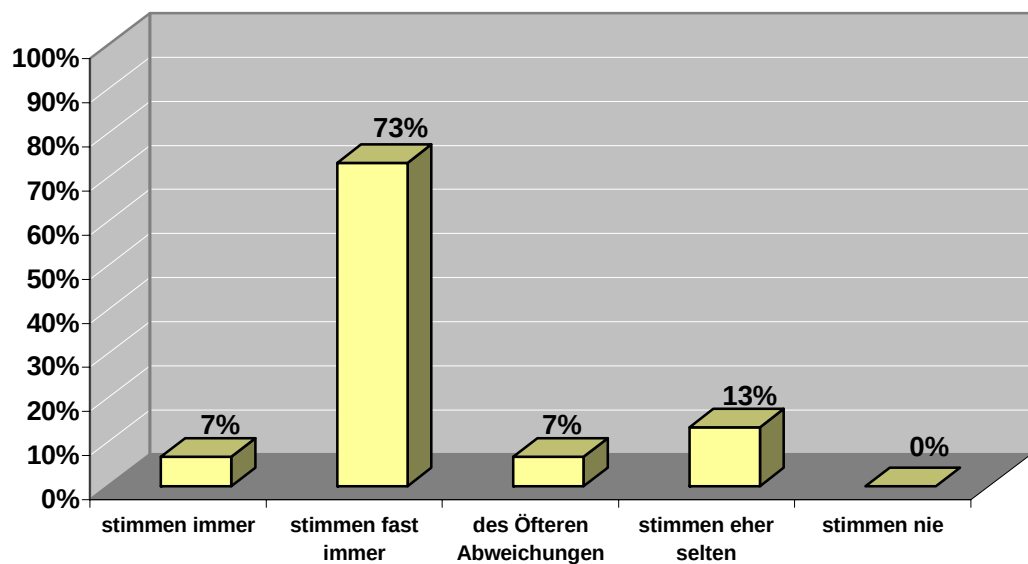
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung LMplus



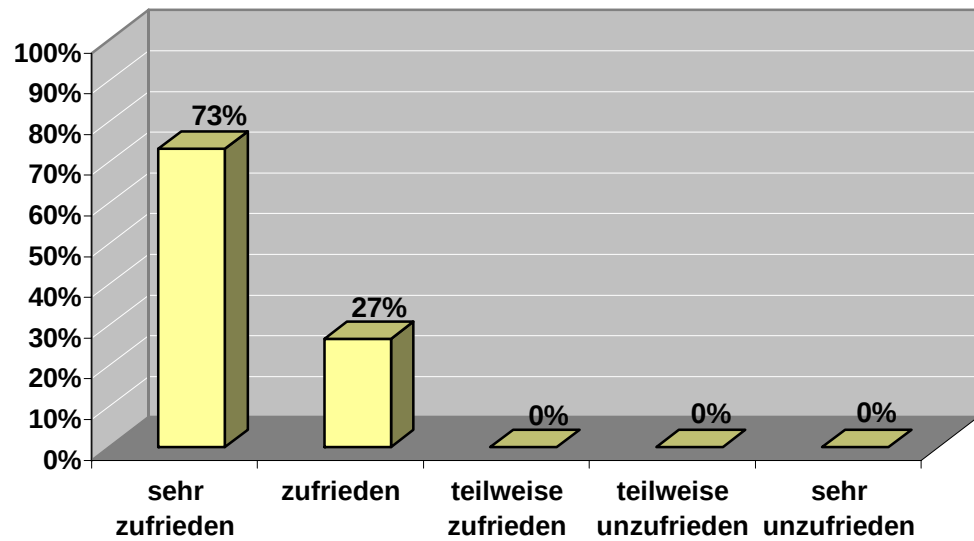
5) Benutzeroberfläche LMplus



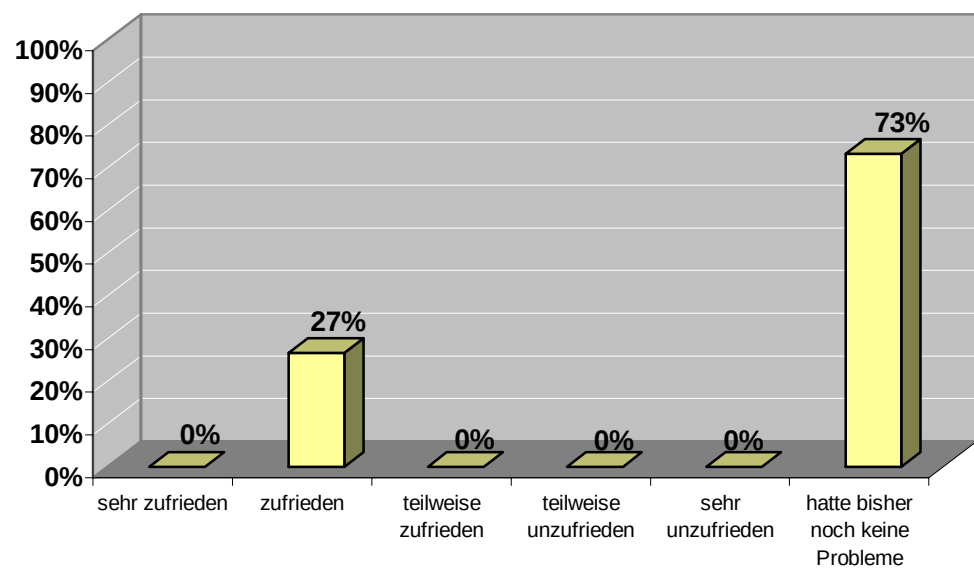
6) Angebotspreise LMplus

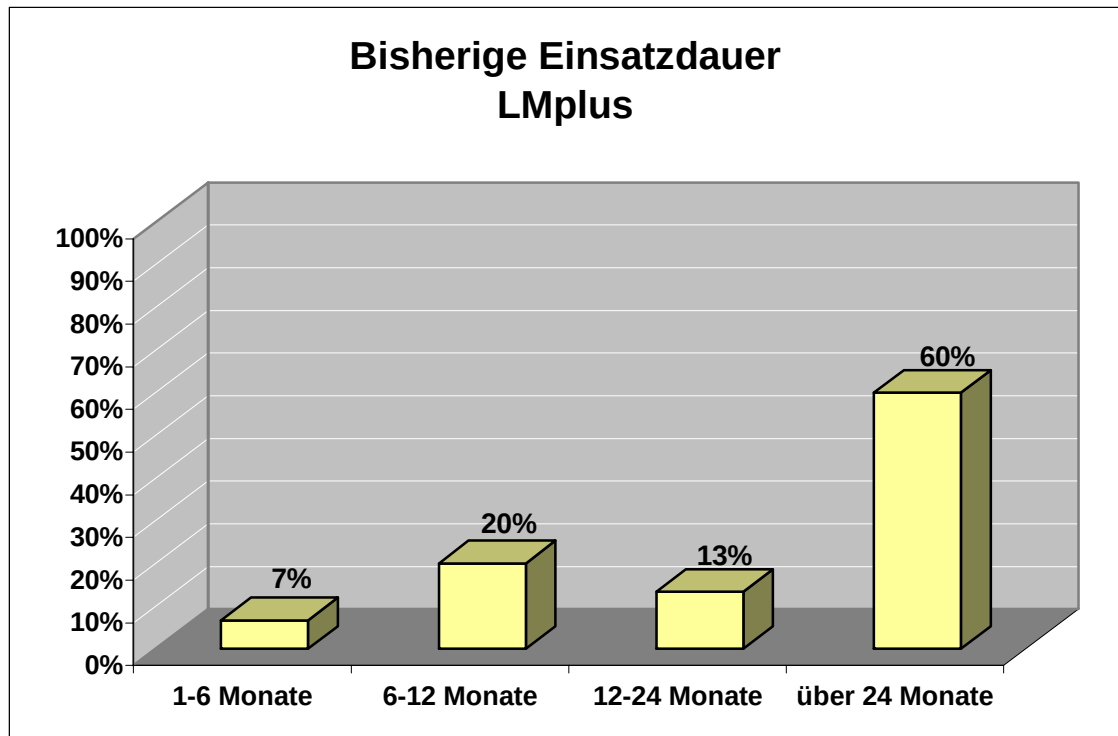


7) Erlernbarkeit LMplus



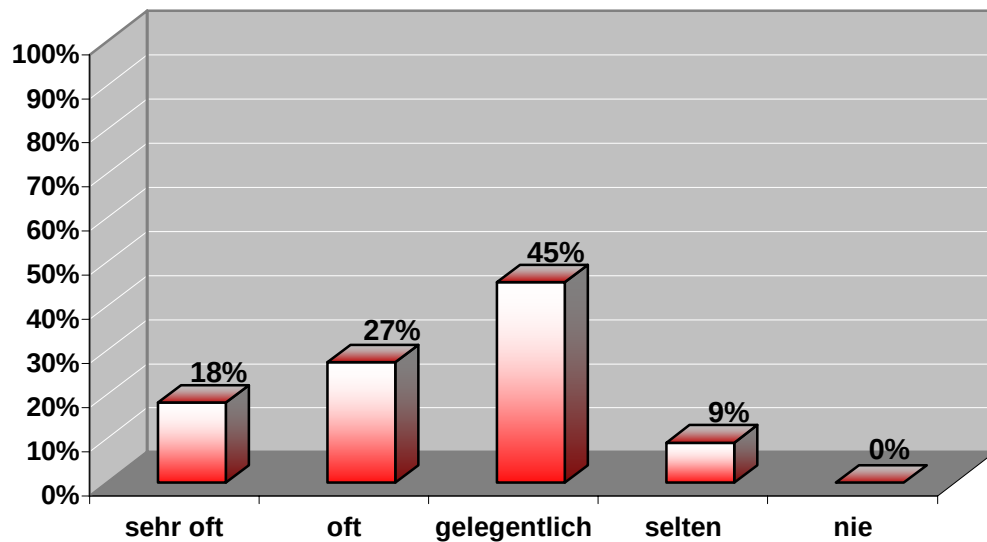
8) Support LMplus



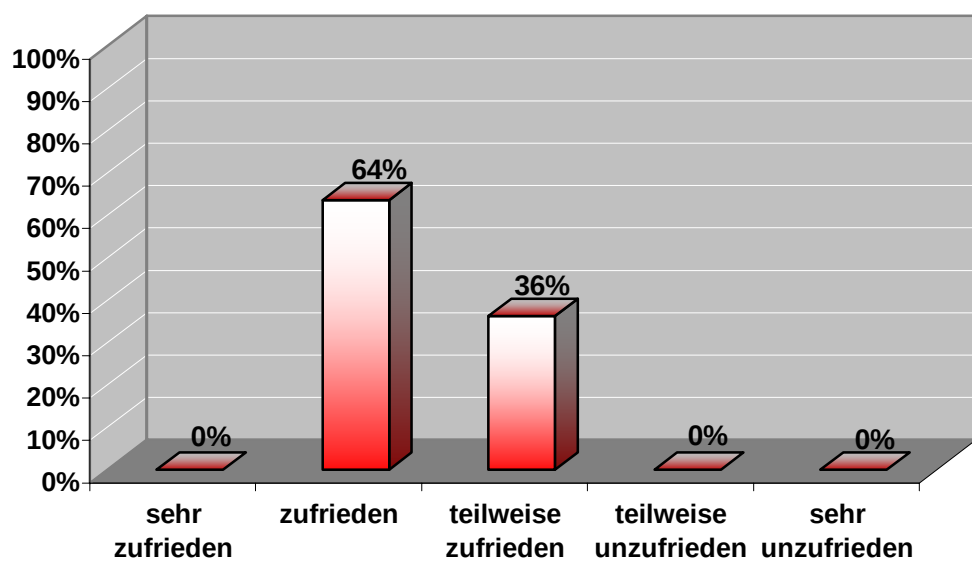


Anhang D: merlin Shop - Ergebnisse der Expedientenbefragung

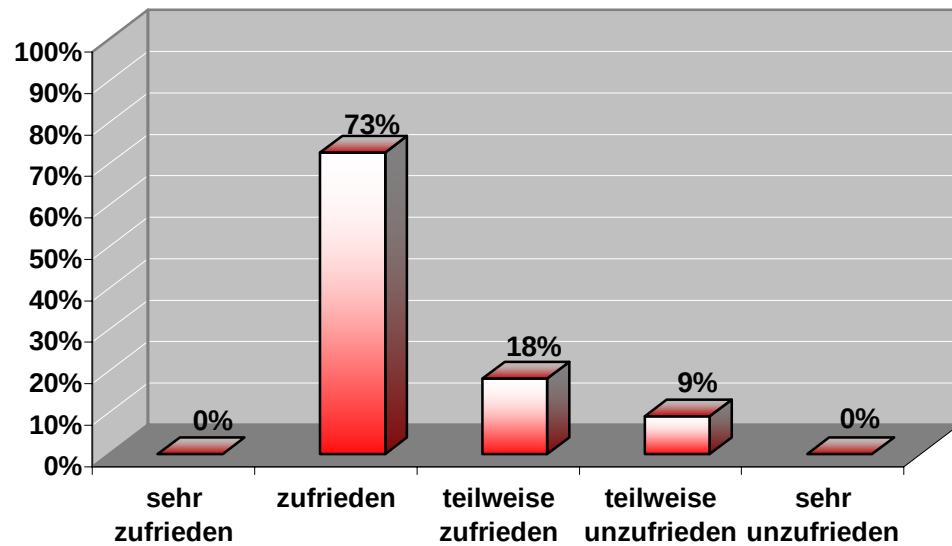
1) Häufigkeit des Einsatzes merlin Shop



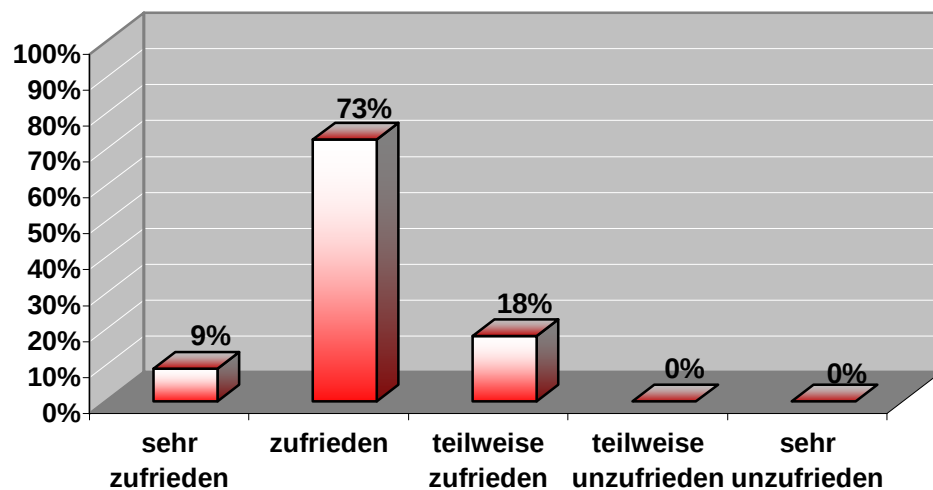
2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten merlinShop



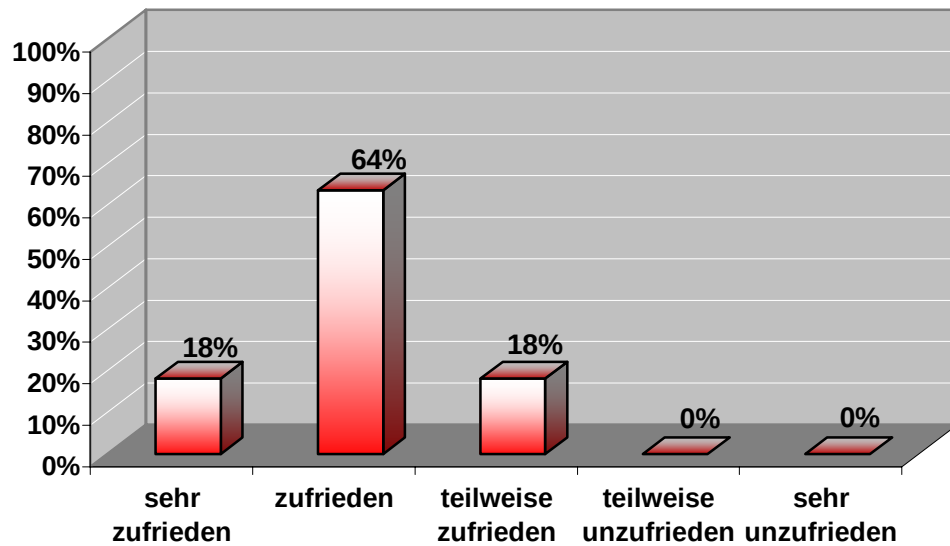
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung merlin Shop



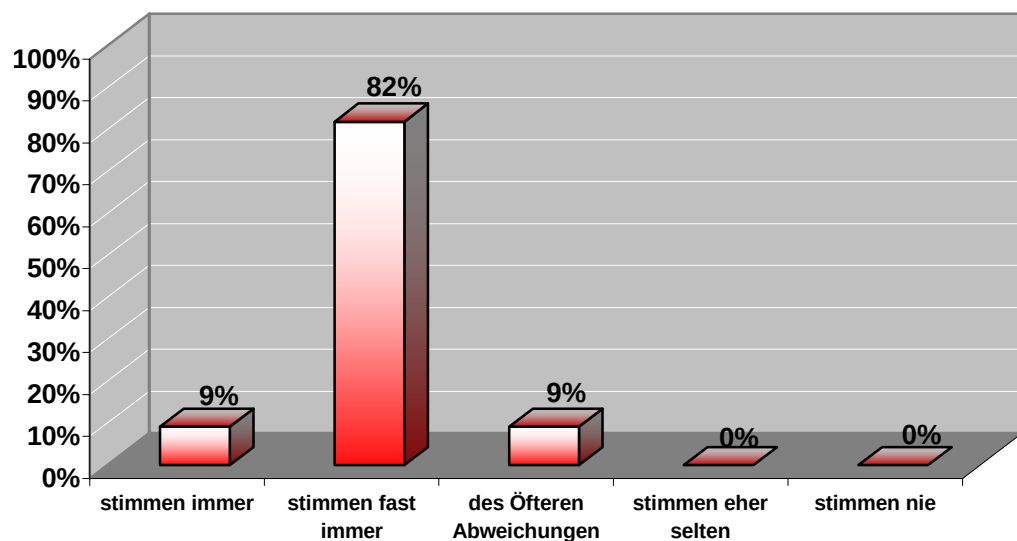
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung merlin Shop



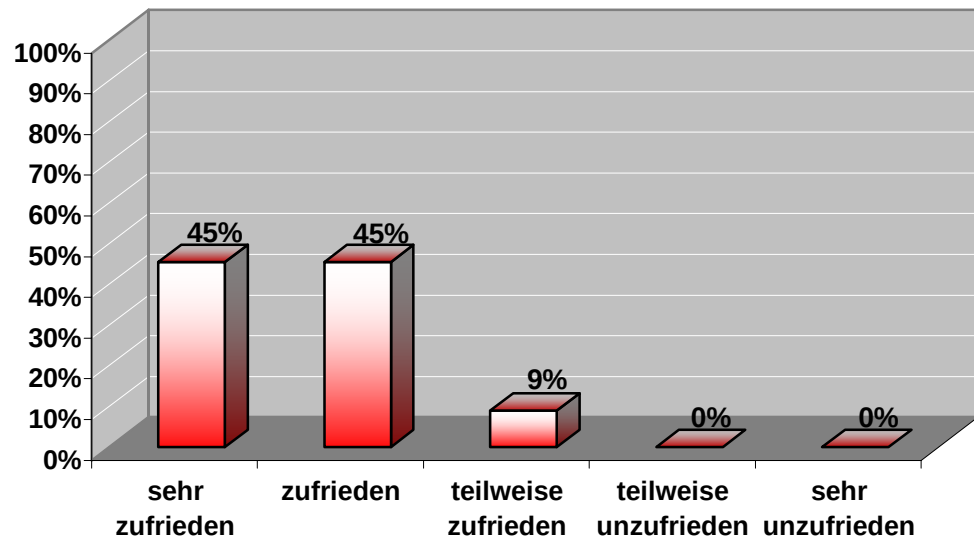
5) Benutzeroberfläche merlin Shop



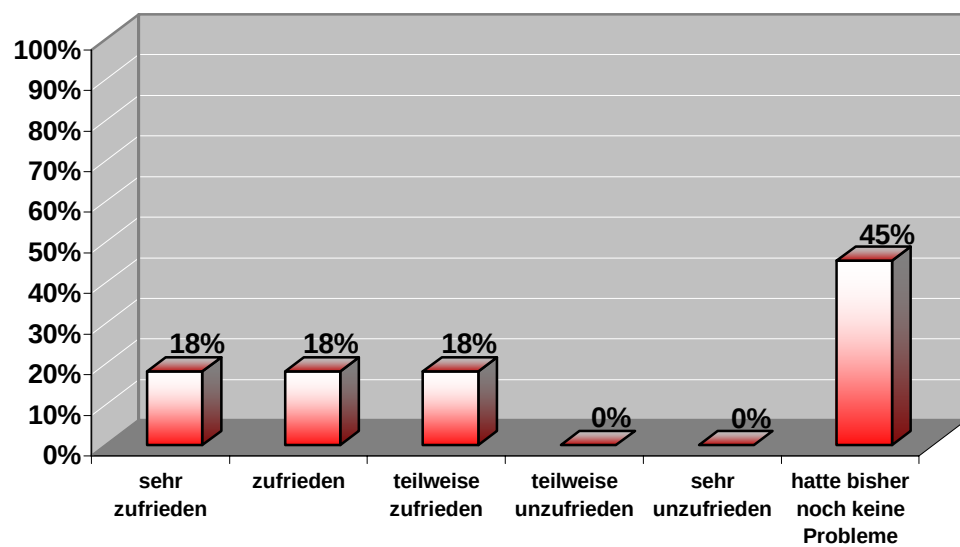
6) Angebotspreise merlin Shop

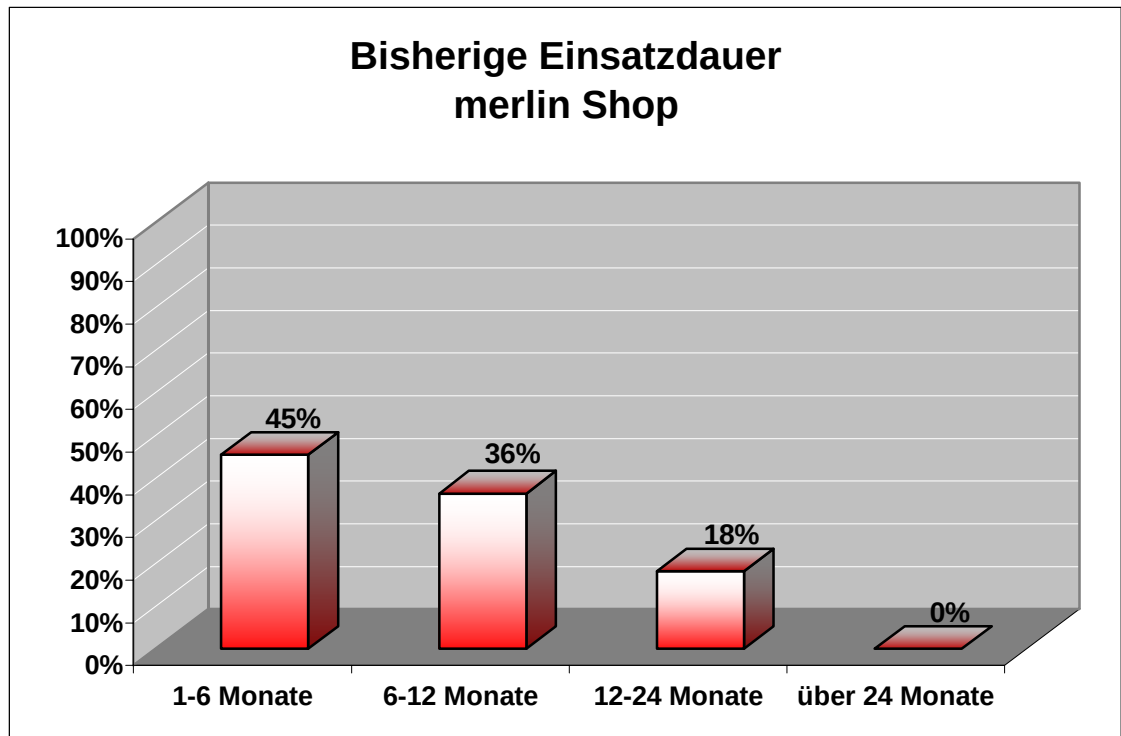


7) Erlernbarkeit merlin Shop

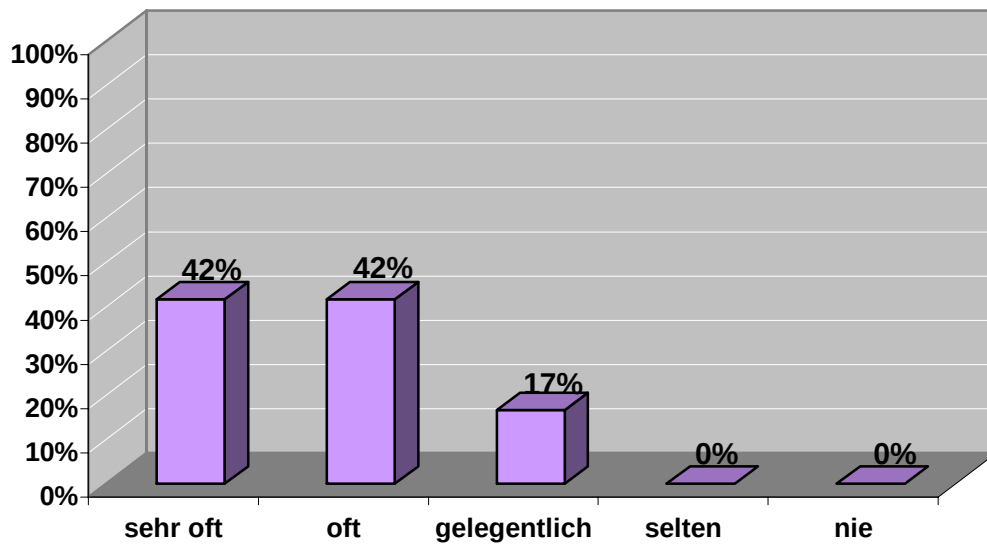
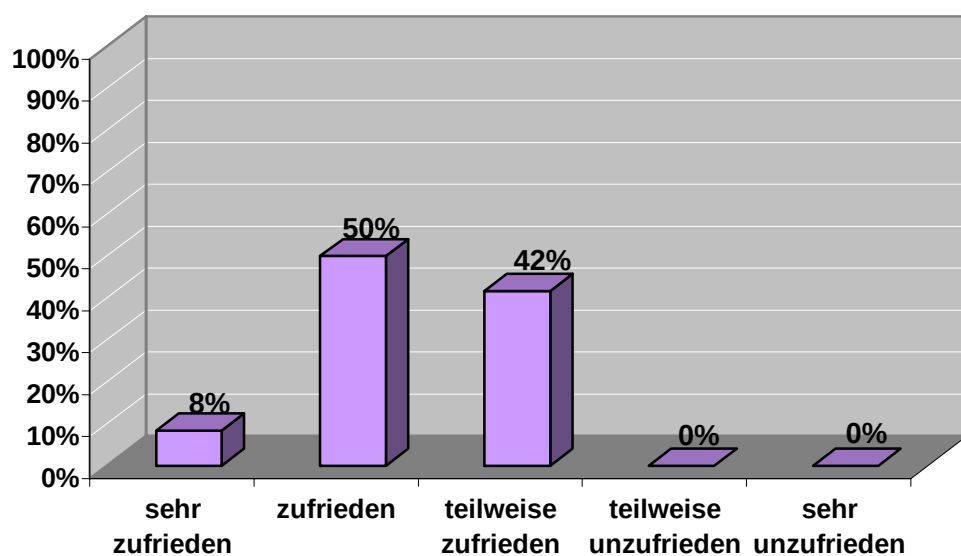


8) Support merlin Shop

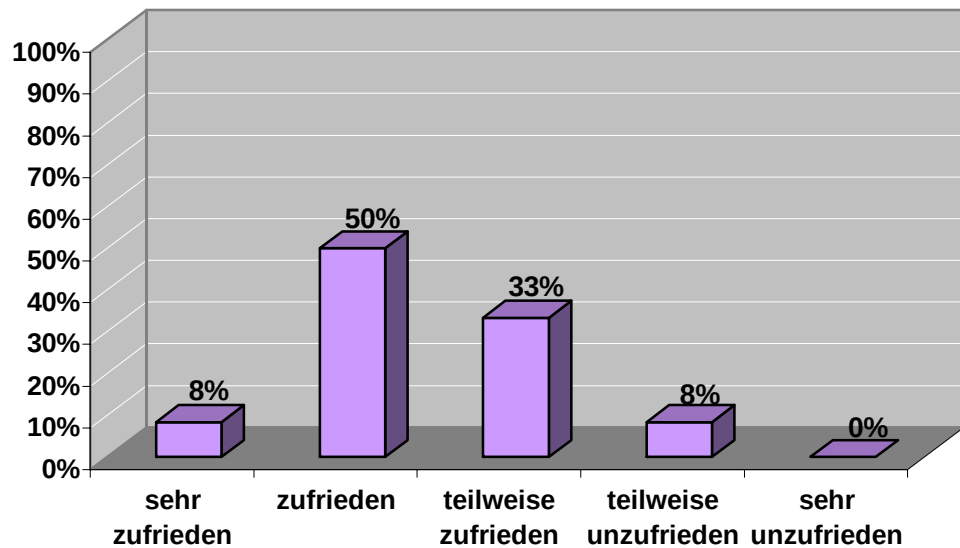




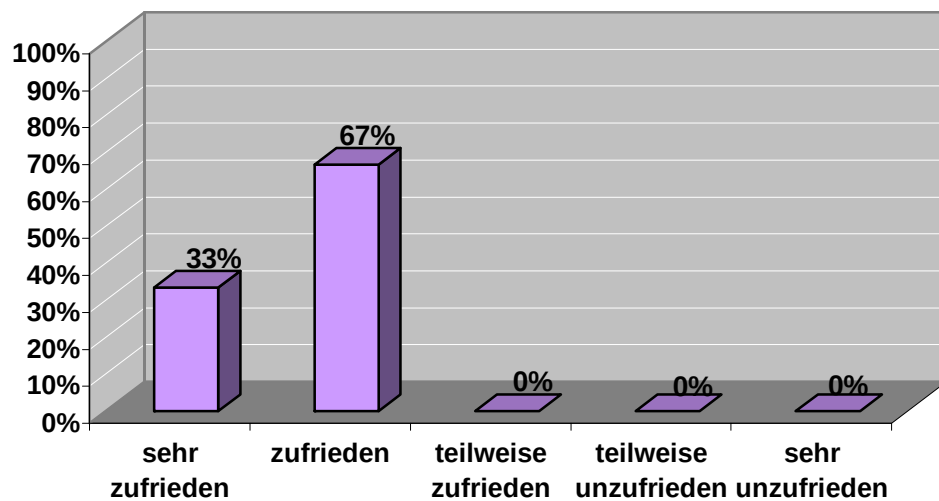
TOURmanager - Ergebnisse der Expedientenbefragung

**1) Häufigkeit des Einsatzes
TOURmanager****2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten
TOURmanager**

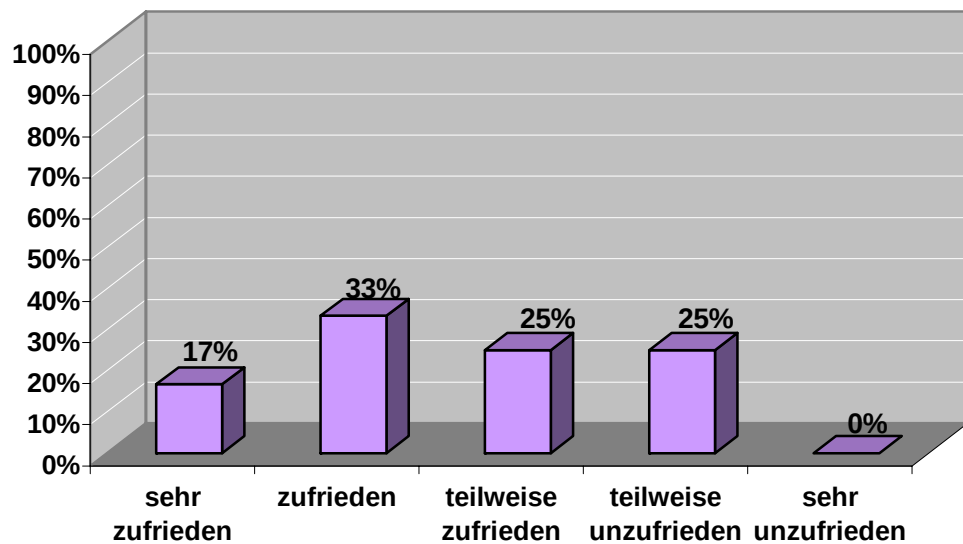
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung TOURmanager



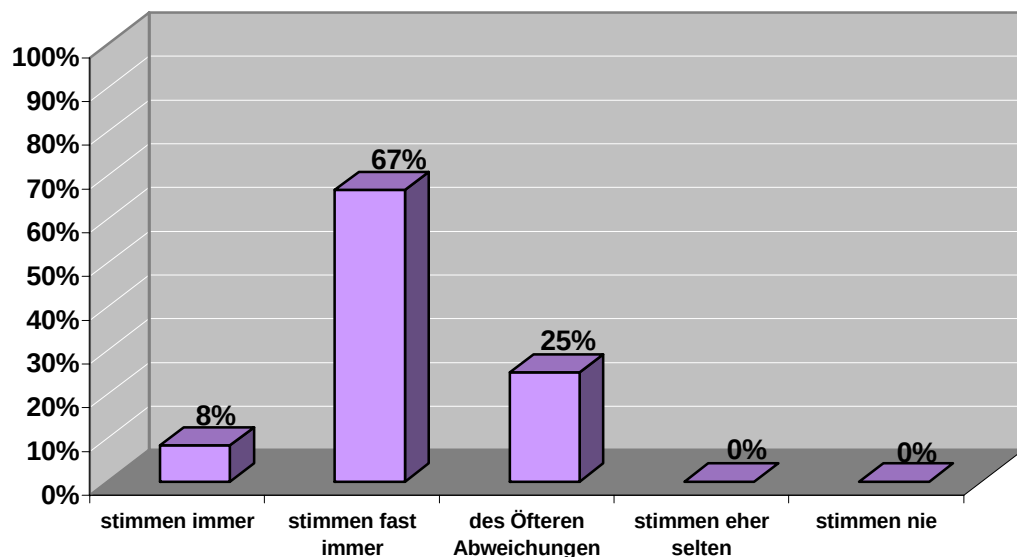
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung TOURmanager



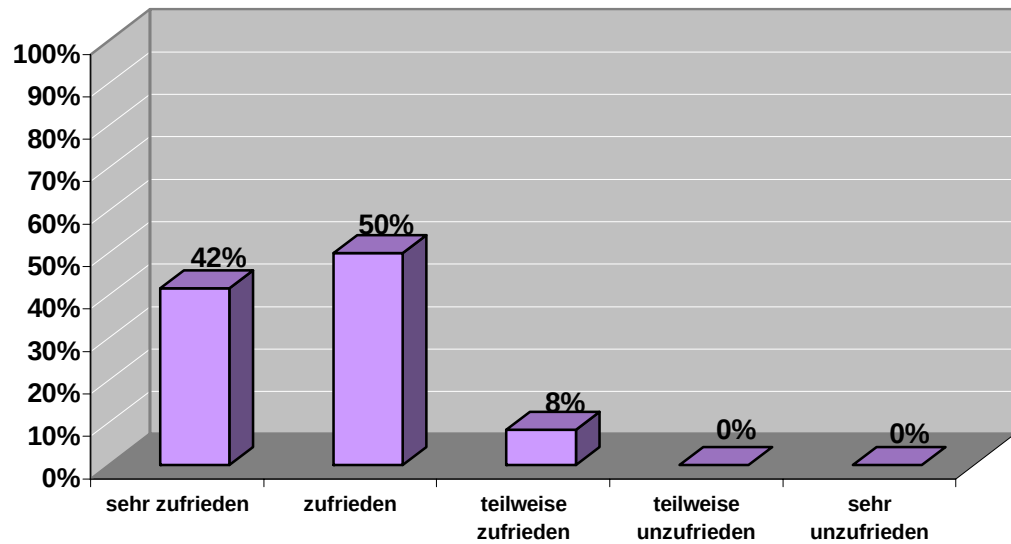
5) Benutzeroberfläche TOURmanager



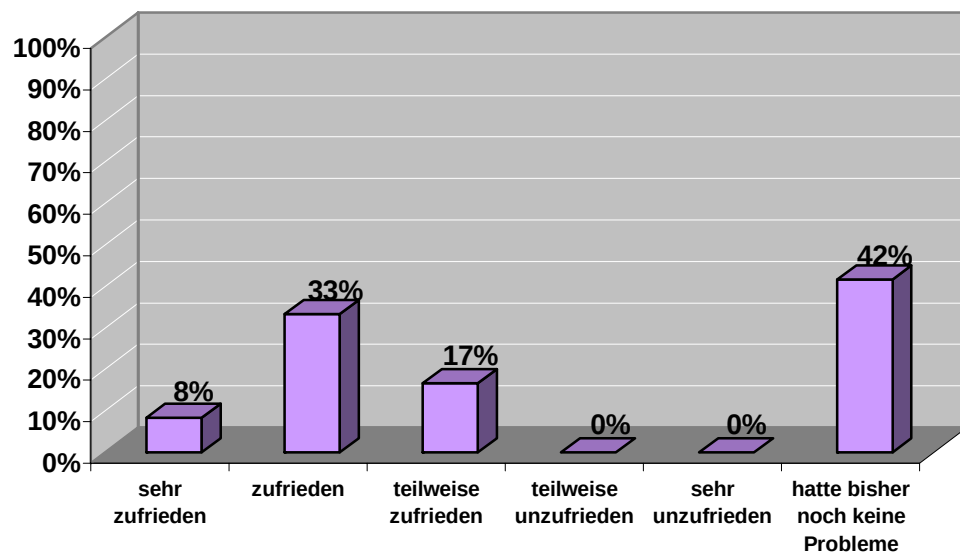
6) Angebotspreise TOURmanager

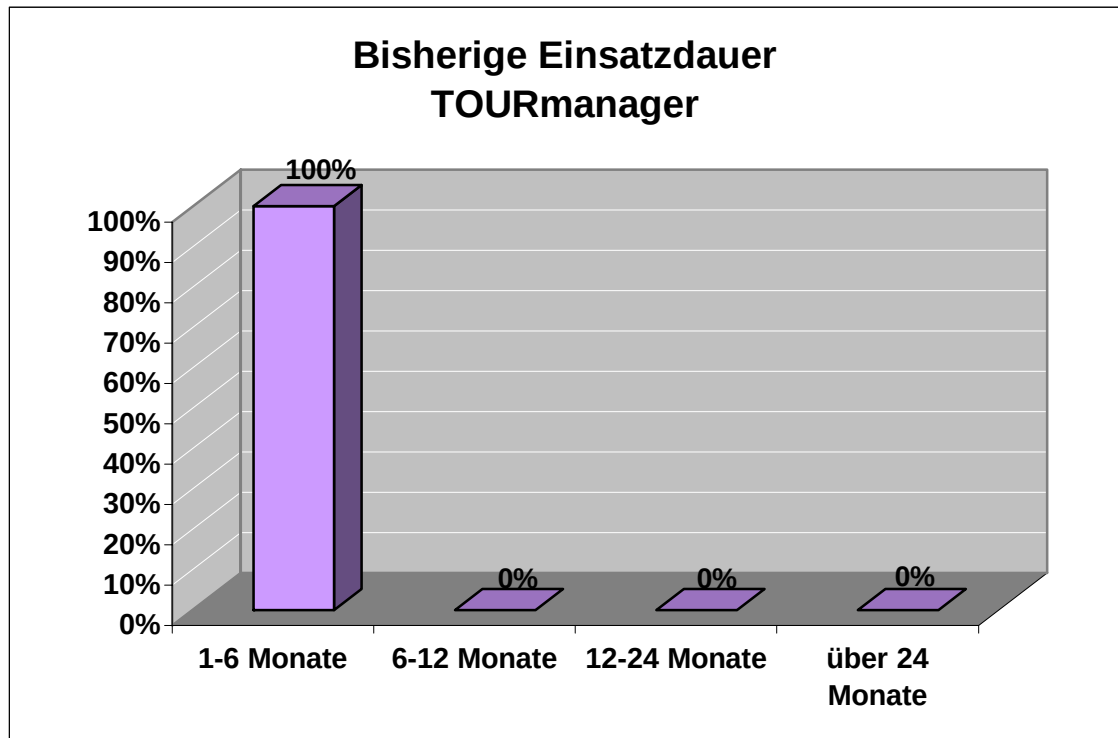


7) Erlernbarkeit TOURmanager

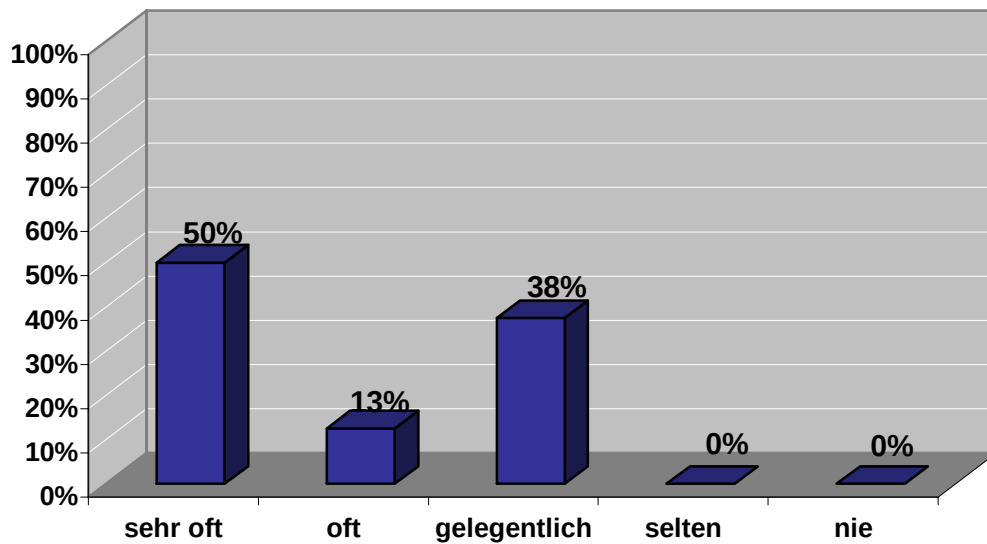
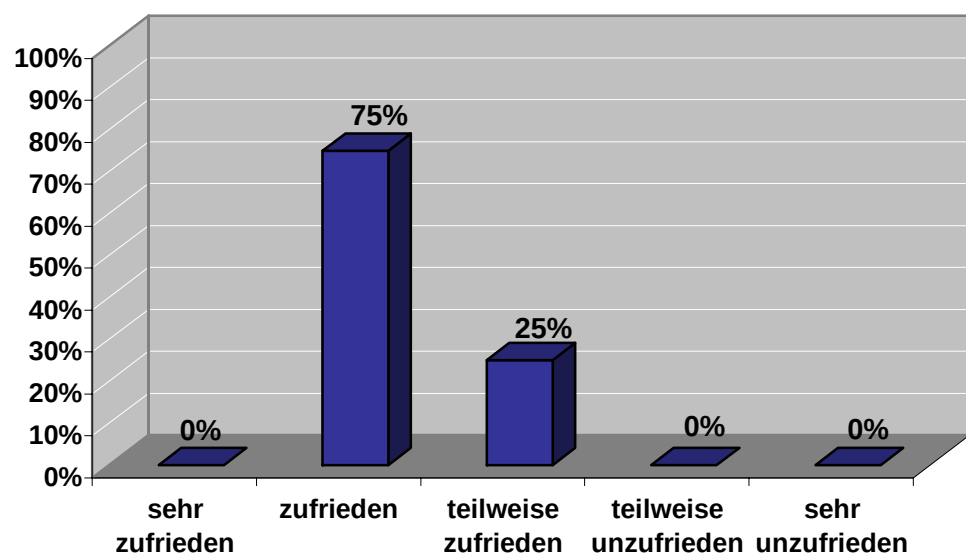


8) Support TOURmanager

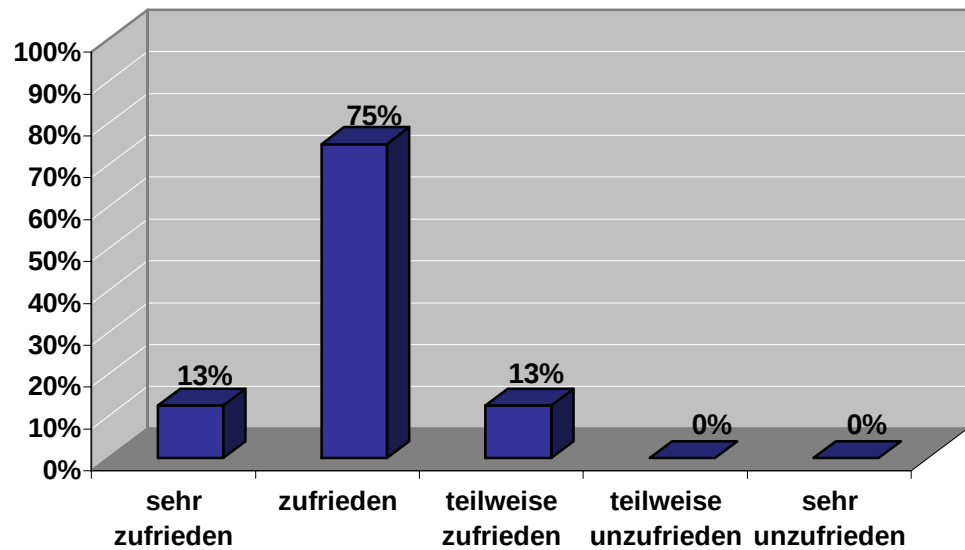




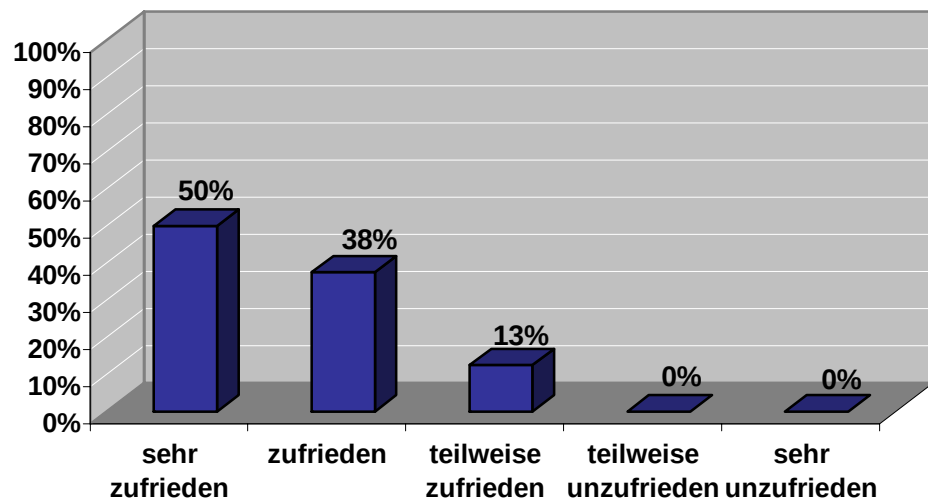
Anhang F: TravelFoxx - Ergebnisse der Expedientenbefragung

**1) Häufigkeit des Einsatzes
TravelFoxx****2) Zufriedenheit Eingabemöglichkeiten
TravelFoxx**

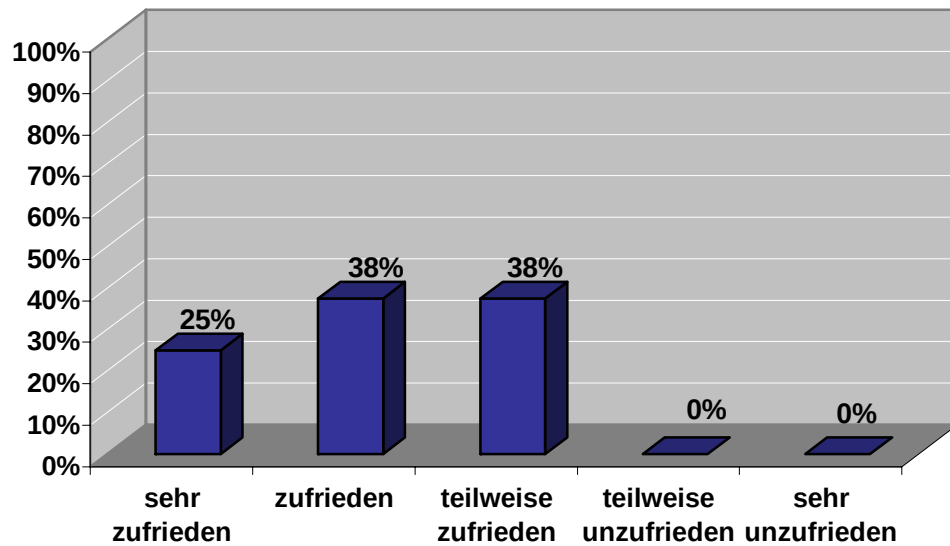
3) Zuverlässigkeit Wunscherfüllung TravelFoxy



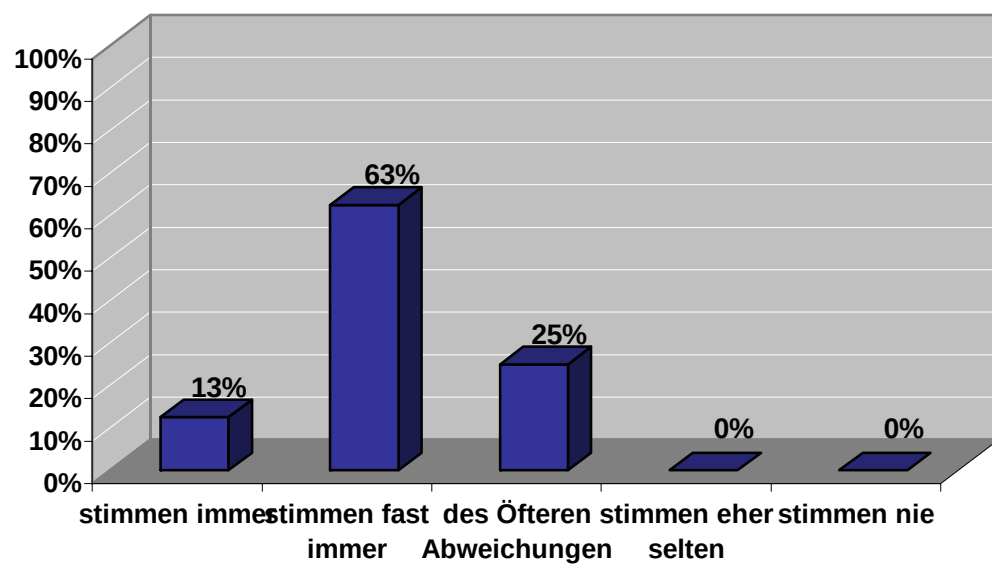
4) Systemgeschwindigkeit Angebotsdarstellung TravelFoxy



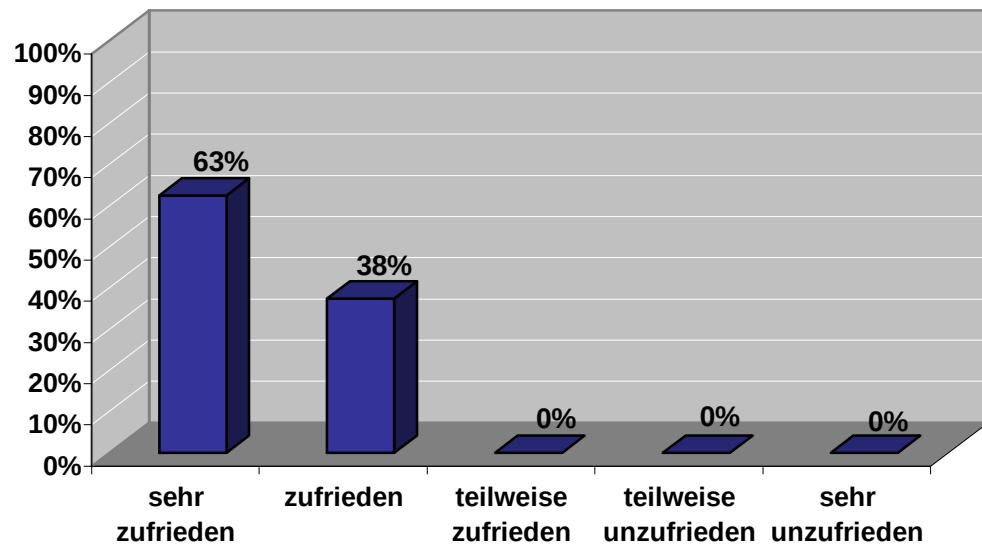
5) Benutzeroberfläche TravelFoxx



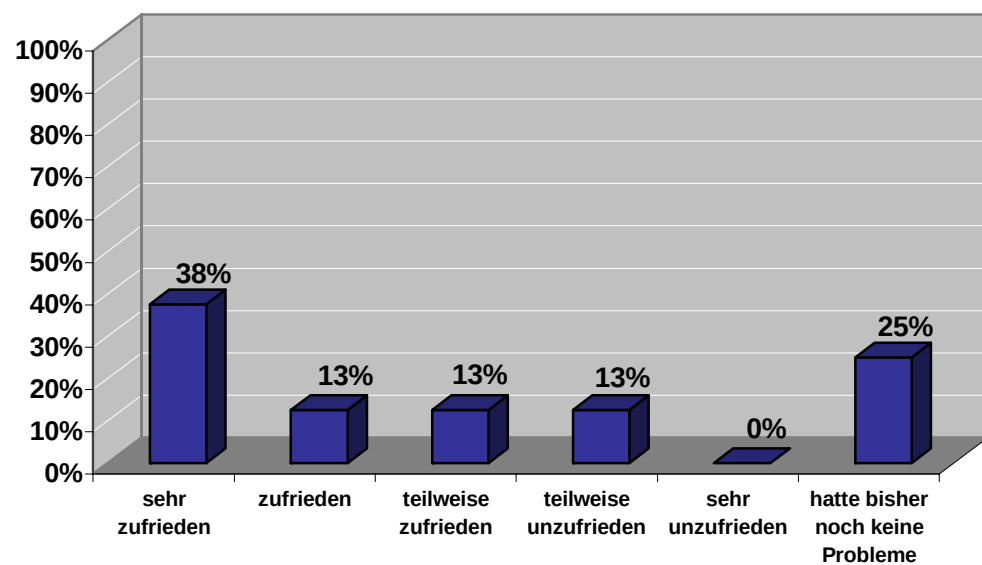
6) Angebotspreise TravelFoxx

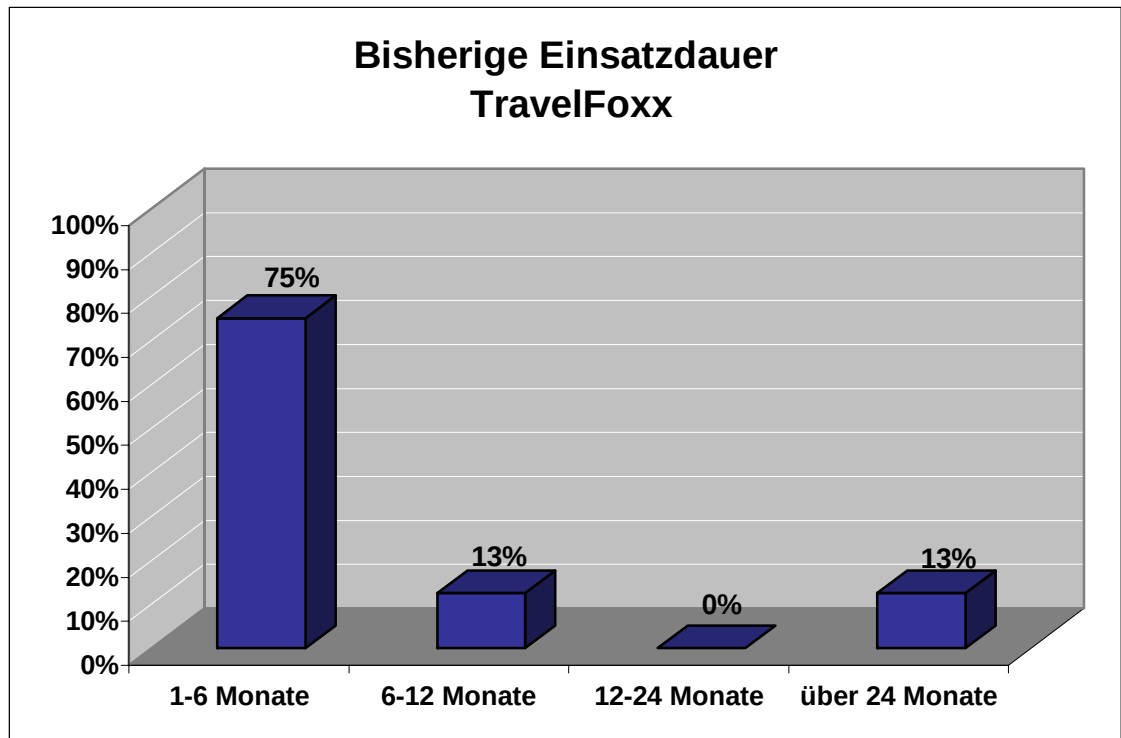


7) Erlernbarkeit TravelFoxx



8) Support TravelFoxx





LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

- § 577-577e
Reisevermittlungsrecht: Führich, Ernst (2002), Reiserecht – Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, 4., völlig neu bearbeitete Auflage, Heidelberg 2002.
- § 581b Abs. 1
Reisevermittlungsrecht: Führich, Ernst (2002), Reiserecht – Handbuch des Reisevertrags-, Reiseversicherungs- und Individualreiserechts, 4., völlig neu bearbeitete Auflage, Heidelberg 2002.
- § 84 Abs.1 Satz 1 HGB: Handelsgesetzbuch – WechselG, ScheckG, WertpapierhandelsG, 39. Auflage, München 2002.
- § 86b-87c HGB: Handelsgesetzbuch – WechselG, ScheckG, WertpapierhandelsG, 39. Auflage, München 2002.
- Abacus (2004): Abacus, About us, http://www.abacus.com.sg/about_us.htm, 2004, [10.08.2004].
- Amadeus (2004a): Amadeus Global Travel Distribution, Amadeus im Überblick, http://www.amadeus.com/en/files/Amadeus_Presskit_Q1-2004_German.pdf, Mai 2004, [05.08.2004].
- Amadeus (2004b): Amadeus Destino, <http://www.portevo.de/sites/getContent.do?id=744236#>, 2004, [23.07.2004].
- Amadeus (2004c): Amadeus Übersicht der Komponenten und Einzelleistungen, <http://www.portevo.de/sites/getContent.do?id=744343&context=rb.VistaProduktuebersicht>, 2004, [13.08.2004].
- Aru, Remzi Zafer (2004): Remzi Zafer Aru, Geschäftsführer der Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung interaktiver Tourismusanwendungen – GIATA, im persönlichen Gespräch am 15.09.2004. Kontakt: 030-420 465 30, remzi.aru@giata.de.

-
- Becker, Stefan (2004a): Prozess Tuning – Back-Office Systeme, Alle großen Anbieter stellen zur ITB neue Module und Funktionen vor. Im Mittelpunkt steht unverändert der durchgehende Prozess vom Counter bis zur Buchhaltung, <http://www.touristikreport.de/rd/archiv/5568.php>, 2004, [08.08.2004].
- Becker, Stefan (2004b): Verschmelzung, in: Touristik Report, Nr.13, 24. Jg. (2004), S. 40-41.
- Becker, Wilfried (1973): Beobachtungsverfahren in der demoskopischen Marktforschung – Ein Beitrag zur Methodendiskussion und praktischen Anwendung auf Lebensmittelmärkten, Heft 9, Stuttgart 1973.
- BistroPortal 2.1 Demoversion (2004): Zur Verfügung gestellt durch die TravelTainment AG.
- BistroPortal Kurzanleitung (2004): IFF Institut für Freizeitanalysen GmbH & Co. KG, BistroPortal Kurzanleitung, <http://www.iff-bistro.de/downloads/BistroPortal.pdf>, 2004, [16.09.04].
- Borsutzky, Silvana (2002): Web Usability - eine Einführung, <http://www.scoreberlin.de/usability-artikel/web-usability>, 2002, [12.09.04].
- Brandes, Ingo (2002): Enge Verbindung – Back-Office und Vertriebssystem wachsen enger zusammen, in: Touristik Report extra Computer & Kommunikation, Ausgabe 2002, S. 52-53.
- Buchholz, Günther (2004): Günther Buchholz, Geschäftsführender Gesellschafter der Travel-IT GmbH & Co.KG, im persönlichen Gespräch am 16.09.2004., Kontakt: 0208/492-773, guenther.buchholz@travel-IT.de.
- Collet (2004): Olaf Collet, Refertent Betriebswirtschaft, EDV/Informationstechnologie, Statistik und Marktforschung, DRV, Telefongespräch am 27.10.2004. Kontakt: 030 / 28406-48, collet@drv.de.
- Computerwelt (2004): Computerwelt Lexikon – Internet Provider, <http://www.computerwelt.at/lexikon.asp?w=1799>, 2004, [28.10.2004].
- Conrady, Roland (2002 / 2003): Beobachtungen – Begriff, (In Anlehnung an Böhler, 1985, S.90), Skript zur Marktforschung – 3. Semester WS 2002/2003, Folie 48.

-
- DRV (2004): Fakten und Zahlen zum Deutschen Reisemarkt, Ausgabe 2004, <http://www.driv.de/download/FZd2004.pdf>, [10.10.2004].
- DRV Reisebüro-Benchmarking (2002): DRV Reisebüro-Benchmarking, Zweite Welle, Februar 2002, <http://www.driv.de/rbbmzweit.pdf>, [14.09.2004].
- Echtermeyer, Monika (1998): Elektronisches Tourismus-Marketing: globale CRS-Netze und neue Informationstechnologien, Berlin, New York 1998.
- Elijas, Michael (2004): Michael Elijas, Mitarbeiter TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data, Telefongespräch vom 01.09.2004. Kontakt: 07565-95103, TOURm@aol.com.
- Flores, Mike (2004): Mike Flores, Expedient, Karstadt Reisebüro Giessen, 29.07.2004. Kontakt: 06 41 / 70 04 411.
- Freyer, Walter (2001): Tourismusmarketing – Marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft, 3. überarbeitete Auflage, München, Wien, Oldenburg 2001.
- FVW (2004a): Amadeus Fare Wizard sucht die günstigsten Tarife, <http://www.fvw.de/index.cfm?ID=45633>, 2004, [01.09.2004].
- FVW (2004b): Amadeus vergleicht Preise und Zeiten von Bahn- und Flugreise, <http://www.fvw.de/index.cfm?ID=46289>, 2004, [29.09.2004].
- Gabler Wirtschaftslexikon A-E (1992): Gabler Wirtschaftslexikon A-E, 13. Auflage, Wiesbaden 1992.
- Gabler Wirtschaftslexikon L-SO (1992): Gabler Wirtschaftslexikon L-SO, 13. Auflage, Wiesbaden 1992.
- Galileo International (2002a): Galileo International, Lokale Stärke eines globalen Unternehmens, <http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/about/index.htm>, 2002, [04.08.2004].
- Galileo International (2002b): Galileo International, Produkte, <http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/index.htm>, 2002, [13.08.2004].

-
- | | |
|-----------------------------------|--|
| Galileo International
(2002c): | Galileo International, Focalpoint,
http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/focalpoint.htm , 2002,
[13.08.2004]. |
| Galileo International
(2002d): | Galileo International, FocalpointNet™,
http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/focalpointnet.htm , 2002,
[13.08.2004]. |
| Galileo International
(2002e): | Galileo International, Railmaster™,
http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/railmaster.htm , 2002,
[13.08.2004]. |
| Galileo International
(2002f): | Galileo International, Galileo TourMaster 2.0,
http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/tourmaster.htm , 2002,
[13.08.2004]. |
| Galileo International
(2002g): | Galileo International, Viewpoint™,
http://www.galileo.com/emea/germany/content/german/products/viewpoint.htm , 2002,
[13.08.2004]. |
| Gerber, Frank (2004): | Frank Gerber, Geschäftsführer TOURmanager
E-Commerce GmbH und Inter Media Data,
Telefongespräch vom 01.09.2004. Kontakt:
07565-95103, TOURm@aol.com. |
| GIATA (2004a): | Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung
interaktiver Tourismusanwendungen.
Unternehmen / Portrait. http://hp.giata-central.de/index.php?id=48 , 2004, [19.09.2004]. |
| GIATA (2004b): | Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung
interaktiver Tourismusanwendungen.
Produkte / Hotel Guide / Extranet.
http://hp.giata-central.de/index.php?id=55 ,
2004, [19.09.2004]. |
| GIATA (2004c): | Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung
interaktiver Tourismusanwendungen.
Produkte / Hotel Guide / CD-ROM.
http://hp.giata-central.de/index.php?id=57 ,
2004, [19.09.2004]. |
| GIATA (2004d): | Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung
interaktiver Tourismusanwendungen.
Produkte / Panoramen http://hp.giata-central.de/index.php?id=41 , 2004, [19.09.2004]. |

-
- GIATA-Testzugang (2004): Zur Verfügung gestellt durch die Gesellschaft zur Entwicklung und Vermarktung interaktiver Tourismusanwendungen.
- Gute, Lars (2004): Lars Gute, Geschäftsführer der Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH, im persönlichen Gespräch am 15.09.2004, Kontakt: 030/59 00 282 0, gute@traffics.de.
- Hedenus, Alexander (2004): Alexander Hedenus, Sales Executive Germany, Austria & Switzerland, Worldspan, Telefongespräch vom 03.09.2004, Kontakt: 069 / 66 58 015 0, Alexander.Hedenus@worldspan.com.
- Heller, Markus (1996): Dienstleistungsqualität in der touristischen Reisevermittlung – Ein Leitfaden zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Reisebüros, St. Gallener Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft: Reihe Tourismus, Band 31, Wien, Stuttgart, Bern 1996.
- Heller, Markus (1999): Prozessmanagement im Reisebüro: die qualitäts- und produktivitätsorientierte Gestaltung der Leistungserstellung, in: Freyer, Walter/ Pompl, Wilhelm (Hrsg.): Reisebüro-Management, München 1999, S. 161-174.
- Hocks, Matthias (2002a): Komfortabel und leistungsfähig – Optimierung durch hochintegrierte Back-Office-Lösungen für Mittler, in: Touristik Report extra Computer & Kommunikation, Ausgabe 2002, S. 42-43.
- Hocks, Matthias (2002b): System aus Modulen, Steuern mit dem Mid- und Back-Office-System „Ibiza“, in: Touristik Report extra Marketing und Vertrieb, Ausgabe 2002, S.88-89.
- HolidayCheck (2004): HolidayCheck, <http://www.holidaycheck.de/>, 2004, [02.10.2004].
- Homburg, Christian / Krohmer, Harley (2003): Marketingmanagement, Strategie – Instrumente – Umsetzung - Unternehmensführung, Wiesbaden 2003.
- Hüttner, Manfred (1999): Grundzüge der Marktforschung, 6. Auflage, München, Wien, Oldenburg 1999.
- IFF (2004): IFF Institut für Freizeitanalysen GmbH & Co. KG, Wir über uns - Daten und Fakten, <http://www.iff-bistro.de>, 2004, [15.09.04].

-
- InteRes (2004a): Unternehmen, <http://www.interes.de/de/index.htm>, 2004, [15.08.2004].
- InteRes (2004b): Mercado Air – Eine Oberfläche - alle Flüge, http://www.interes.de/download/mercado_air_info.pdf, 2004, [15.08.2004].
- Jade, Ralf (2004): Ralf Jade, Mitglied der Geschäftsleitung der TravelTainment AG, im persönlichen Gespräch am 16.09.2004, Kontakt: 02349/71140, Ralf.Jade@iff-bistro.de.
- Jaspersen, Thomas / Schulze, Erik (2002): Optimierung redaktioneller Aufgaben und Strukturen mit Content Management in: Conrady, Jaspersen, Pepels (Hrsg.): Online Marketing Strategien – Konzepte, Prozesse, Technologien, Recht, Neuwied und Kriftel 2002, S. 192.
- Jegminat, Georg (2004a): Von Airlines verlassen, in FVW International, Ausgabe 6, 38.Jg. 2004, S. 64-65.
- Jegminat, Georg (2004b): Sabre und Galileo laufen Sturm – Die scheidende EU-Kommission will noch schnell den Verhaltenskodex für CRS eliminieren und erntet Protest, in FVW International, Ausgabe 17, 38. Jg. 2004, S.48.
- Jegminat, Georg / Schäfer, Thorsten (2004): Beratung mit System, in: FVW International, Nr. 24, 38.Jahrgang (2004), S. 58-60.
- LMplus Demoversion (2004): Zur Verfügung gestellt durch die travel-IT GmbH.
- LMplus Handbuch (2004): Handbuch aus der LMplus Demoversion, 2004.
- Maleri, Rudolf (1997): Grundlagen der Dienstleistungsproduktion, 4. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage, Berlin, Heidelberg 1991.
- Mann, Michael (2004): Amadeus liegt mit Vista Auslieferung im Plan, <http://www.fvw.de/index.cfm?ID=45643>, 2004, [02.09.2004].
- Marx, Wolfram (2004): Bistro hilft steuern – nach dem Kauf von Travco und IFF inklusive Bistro hat das Aachener Unternehmen mit der erworbenen Software große Pläne, in: TravelOne, Nr. 42 (Oktober 2004), S. 14-15.

-
- Meffert, Heribert (2000): Marketing, Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung, Konzepte – Instrumente- Praxisbeispiele, 9. überarbeitete und erweiterte Auflage, Wiesbaden 1977.
- merlin Shop Online Demoversion 2.4.5 (2004): Zur Verfügung gestellt durch Sabre Deutschland Marketing GmbH, Oktober 2004.
- Münzer, Urban (1998): Internationale Computer-Reservierungssysteme, in: Haedrich, Günter, Kaspar, Claude, Klemm, Kristiane, Kreilkamp, Edgar (Hrsg.): Tourismus-Management, 3. völlig neu bearbeitete und wesentlich erweiterte Auflage, Berlin, New York 1998, S. 699 - 711.
- MySabre+merlin (2004a): MySabre+merlin, Touristische Lösung. <http://www.sabre-merlin.de/produkte/mysabre-merlin/pdf/touristik-gesamt.pdf>, 2004, [02.08.2004].
- MySabre+merlin (2004b): MySabre+merlin, Generation + denkt weiter - kommt weiter, Lösungen: Touristik, <http://www.sabre-merlin.de/produkte/mysabre-merlin/pdf/touristik.pdf>, 2004, [02.08.2004].
- MySabre+merlin (2004c): MySabre+merlin, Preise, <http://www.sabretravelnetwork.de/produkte/mysabre-merlin/touristik/preise.html>, März 2004 [30.08.2004].
- MySabre+merlin (2004d): MySabre+merlin, Entstehungsgeschichte, <http://www.sabretravelnetwork.de/about/entstehung.html>, 2004, [13.08.2004].
- MySabre+merlin (2004e): MySabre+merlin, Sabre Travel Network & DCS, <http://www.sabretravelnetwork.de/about/allianz.html>, 2004, [04.08.2004].
- MySabre+merlin (2004f): MySabre+merlin, Front-Office, <http://www.sabretravelnetwork.de/produkte/mysabre-merlin/touristik/frontoffice.html>, März 2004, [13.08.2004].
- MySabre+merlin (2004g): MySabre+merlin, profiTIP, <http://www.sabre-merlin.de/produkte/profitip/>, 2004, [19.09.2004].
- MySabre+merlin Informationsbroschüre (2004): MySabre+merlin, Informationsbroschüre, Oktober 2004.

-
- Neumann, Kathrin (2004): Kathrin Neumann, Product Manager Leisure Applications EMEA, Sabre Deutschland Marketing GmbH, im persönlichen Gespräch am 13.10.2004, Kontakt: 040 / 27 83 82 818, kathrin.neumann@sabre-merlin.de.
- o.V. (2004): Alle Tarife auf einem Blick, in: Touristik Report, Nr. 20, September 2004, S. 37.
- partnerssoftware (2004): TRIP.ONE – die maximale Buchungsmaschine, <http://www.partners.de/de/produkte/Tripone/tripone.htm>, 2004, [05.09.2004].
- Ray Sono AG / Siemens Business Services (2004): Usability Testing - Wie Websites wirklich wirken, Ergebnisse des Live Usability Testing auf der ITB Berlin 2004, 16. März 2004.
- Rodaebel, Heiko (2004): Heiko Rodaebel, System Consultant, Amadeus Germany GmbH, im persönlichem Gespräch am 29.10.2004. Kontakt: 06 172 / 91 32 80, hrodaebel@amadeus.net.
- Rogl, Dirk (2003): Fuzzy-Logik sucht nach Alternativen – TravelTainment mit neuer Booking Engine, in: FVW International, Nr.3, 37 Jg. (2003), S.28.
- Rogl, Dirk (2004a): Bistro ohne Reulecke – TravelTainment übernimmt die Pauschalreise-Datenbank Bistro und gewinnt 4000 Reisebüros als Kunden, in: FVW International, Nr.17, 38. Jg. (2004), S. 14.
- Rogl, Dirk (2004b): Kontaktsuche mit Folgen, in FVW International Ausgabe 18, 23.07.2004, S. 60-61.
- Sabre Merlin GmbH Online Handbuch (2003a): Shop Kurzfrist-Pauschal, <http://www.merlinonline.de/pdf/LB-Kurzfrist-Pauschal.pdf>, Mai 2003, [19.10.2004].
- Sabre Merlin GmbH Online Handbuch (2003b): Shop Mietwagen, http://www.merlinonline.de/pdf/LB_Mietwagen.pdf, November 2003, [19.10.2004].
- Sabre Merlin GmbH Online Handbuch (2004): Verkaufssteuerung Shop, http://www.sabretravelnetwork.de/pdf/LB_Verkaufssteuerung.pdf, April 2004, [19.10.2004].
- Sahi, Salim (2004): Salim Sahi, Geschäftsführer der Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH, im persönlichen Gespräch am 15.09.2004, Kontakt: 030 / 59 00 282 0, sahi@traffics.de.
- Schroeder, Günter (2002): Lexikon der Tourismuswirtschaft, 4. überarbeitete und erweiterte Auflage, Hamburg 2002.

-
- Schulz, Axel (1999): Potentialmanagement: Informations- und Reservierungssysteme, in Freyer, Walter / Pompl, Wilhelm (Hrsg.): Reisebüromanagement, 2. Auflage, München 1999, S. 141-159.
- Schulz, Axel/ Frank, Klaus/ Seitz, Erwin (1996): Tourismus und EDV, München 1996.
- SITA (2003a): SITA, History, 1940 - 1960, http://www.sita.com./index.asp?activeDir=/Home/News_Centre/Corporate_profile/&activeFile=1940_1960.html, 25.03.2003, [10.08.2004].
- SITA (2003b): SITA, GETS Marketing selects Galileo International, http://www.sita.com./index.asp?activeDir=/home/news_centre/press_releases/press_releases_-_1997/&activeFile=970320gets.html, 16.01.2003, [13.08.2004].
- SITA (2004): SITA, SITA's history and milestones, http://www.sita.com./index.asp?activeDir=/Home/News_Centre/Corporate_profile/&activeFile=History.html, 29.01.2004, [10.08.2004].
- Steinberg, Mathias (1997): Kapitel II, Teil E. Neue Medien im Reisebüro, in: asr-Bundesverband Mittelständischer Reiseunternehmen (Hrsg.): Das Reisebüro - erfolgreich gründen und führen, Neuwied, Kriftel, Berlin 1997, S. 88.
- ta.ts (2004a): Travel Agency Technologies & Services, ta.ts. - Ein Unternehmen der Lufthansa Gruppe, <http://www.ta-ts.de/>, 2004, [08.08.2004].
- ta.ts (2004b): Alle Nullszenarien durchspielen, ta.ts. - Rechenhilfe für Mittler, in: FVW International, Nr.16, 38. Jg.(2004), S. 47.
- TIP (2004a): TIP Gesellschaft für Touristik-Informations-Programme mbH. profitIP Infoblatt: profitIP – Schneller Zugriff. Hohe Dynamik.
- TIP (2004b): TIP Gesellschaft für Touristik-Informations-Programme mbH. TIP in guter Gesellschaft. <http://www.tip.de/unternehmen/index.html>, 2004, [19.09.2004].

-
- TIP (2004c): TIP Gesellschaft für Touristik-Informations-Programme mbH. profiTIP abgestimmt auf professionelle Anforderungen.
<http://www.tip.de/reiseinfo/index.html>, 2004, [19.09.2004].
- TOURmanager (2004a): TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data,
TOURmanager - Schneller ans Ziel,
<http://www.tourmanageronline.de>, 2004, [04.09.2004].
- TOURmanager (2004b): TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data,
CRUISEmanager - „Hohe See“ auf einen Blick..., <http://www.tourmanageronline.de>, 2004, [04.09.2004].
- TOURmanager (2004c): TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data,
Counter CD – Angebot und Nachfrage,
<http://www.tourmanageronline.de>, 2004, [04.09.2004].
- TOURmanager (2004d): TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data,
Counter CD – „Empfohlen“ oder „Forget it“,
<http://www.tourmanageronline.de>, 2004, [04.09.2004].
- TOURmanager Online Demoversion (2004): Zur Verfügung gestellt durch die TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data.
- TOURmanager Online Handbuch (2004): TOURmanager E-Commerce GmbH und Inter Media Data, TOURmanager Online Handbuch,
<http://www.ferienbuchungssystem.de/hb/hb.htm>, 2004, [24.09.2004].
- Traffics (2004): Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH, TBM-Buchungsmaske,
<http://www.traffics.de/index.php3?pcid=2&pdid=29&sessid=d8d60eccf29273be1543a470>, 2004 [30.08.2004].
- Traffics Handbuch (2004): Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH, Benutzerhandbuch - TravelFoxx Online,
https://ssl.traffics-online.de/docs/handbuch_travelfoxx_online.pdf?PHPSESSID=cbd169a359363e58d9e99acca0891e97, 2004, [08.08.2004].

-
- travel-BA.sys (2004): travel-BA.sys GmbH & Co. KG, Back-Office-Systeme für Reisebüros, <http://www.travelbasys.de/public/index.html>, 2004, [01.08.2004].
- TravelFoxy Online Demoversion (2004): Zur Verfügung gestellt durch die Traffics Softwaresysteme für den Tourismus GmbH.
- travel-IT (2004a): travel-IT GmbH - Über uns - Unternehmensgeschichte, <http://www.travel-it.de/>, 2004, [23.07.2004].
- travel-IT (2004b): travel-IT GmbH - ePackage - Preise/Bestellung, <http://www.epackage.de/epackage.htm>, 2004, [10.10.2004].
- travel-IT (2004c): travel-IT GmbH - ePackage - Die neue Generation Last-Minute-Reise, <http://www.epackage.de/epackage.htm>, 2004, [10.10.2004].
- travel-IT (2004d): travel-IT GmbH - LMplus live - Die Technik, <http://www.travel-it.de>, 2004, [10.10.2004].
- travel-IT (2004e): travel-IT GmbH - LMplus – Preisliste, http://www.travel-it.de/Formulare/Preisliste%20Produkte%202004_Seite1.pdf, 2004, [23.07.2004].
- TravelTainment AG (2003): Darstellung Angebotsdatenbank, Präsentation von Michael Kalt, 2003.
- TüViT (2004): TÜV Informationstechnik GmbH (TüViT), Glossar, <http://www.tuvit.de/XS/c.000300/sprache.DE/seite.01/Glossar.U/SX/>, 2004, [13.09.04].
- Ulysses Web-Tourismus (2004): Wachstum nur noch im Internet – Ulysses Web-Tourismus meldet für den E-Commerce massive Zuwächse. In Deutschland wurden Reisen im Wert von 4,9 Mrd. Euro gebucht, in: FVW International, Nr. 11, 38.Jg.(2004), S. 30.
- Vieth, (2004): Vieth, Mitarbeiterin von Galileo International, Telefongespräch am 03.09.2004, Kontakt: 069 / 22 73 670.
- Vistalandscape (2004): Pilotshow Amadeus Destino: <http://www.vistalandscape.de/pilotshowdestino/programm/index2.html>, 2004, [03.10.2004].
- Weis, Christian (2000): Verkauf, 5. Auflage, Ludwigshafen (Rhein) 2000.

- Weithöner, Uwe (2004): Darstellung Computerreservierungssystem zwischen Reisemittler und Leistungsträger, zur Verfügung gestellt von Uwe Weithöner, Professor für Wirtschaftsinformatik im Studiengang Tourismuswirtschaft, Fachhochschule Wilhelmshaven.
Kontakt: weithoener@fbw.fh-wilhelmshaven.de.
- Wikipedia (2004a): Computerreservierungssystem, <http://de.wikipedia.org/wiki/Computerreservierungssystem>, Juli 2004, [04.08.2004].
- Wikipedia (2004b): Amadeus (CRS), [http://de.wikipedia.org/wiki/Amadeus %28CRS %29](http://de.wikipedia.org/wiki/Amadeus_%28CRS%29), Juli 2004, [04.08.2004].
- Wirtz, Bernd W. (2002): Gabler Kompakt-Lexikon eBusiness A-Z, 1. Auflage, Wiesbaden 2002.
- Witt, Jürgen (1996): Prozessorientiertes Verkaufsmanagement - Grundlagen, Konzepte, Organisation, Wiesbaden 1996.
- Worldspan (2004): Präsentation (WorldspanGermanPresentation.ppp) für +tts, Qualität auf Reisen, 02.07.2004.